

СОДЕРЖАНИЕ

А. Поляков, Т. Романишина, В. Бондаренко

Исследование применения нейросетей в создании и продвижении кинолент
в российской киноиндустрии 4

В. Гореликов, П. Барташ

Проблемы российского рынка спортивных правообладателей и приобретателей
прав в спортивном спонсорстве 11

С. Веретехина

Совершенствование системы управления экспортным маркетингом
на мезоэкономическом уровне: практическое маркетинговое решение
продвижения экспортируемых российских легковых автомобилей
на международный рынок 16

О. Виничук, А. Шлыгина, Н. Виничук

Исследование особенностей формирования юзабилити сайта совместных
покупок в рамках развития социальной коммерции 22

А. Бушков, Е. Кметь, В. Аненков

Методика анализа покупательского поведения потребителей минеральной
и питьевой воды 29

А. Любименко, Е. Фурсова, С. Осадчая

Моделирование системы показателей потребительского доверия и поведения
в экономических конъюнктурных исследованиях маркетинг-менеджмента 35

Т. Ксенофонтова, Цао Хуакунь

Развитие методических и практических подходов к формированию
благоприятного имиджа территории 40

И. Рожков

Особенности продвижения бренда на высокотехнологичном промышленном
рынке 45

И. Роздольская, Е. Макринова, Е. Матузенко

Цифровой сторителлинг в рекламе и PR: алгоритмы создания и эффективность
применения 48

О. Калимуллина, Т. Кадацкая

Маркетинговые коммуникации на основе архетипов: кейс-стади 52

А. Кобзева, В. Самарина

Роль упаковки в маркетинговой деятельности кондитерского предприятия 59

Л. Беляева

Принципы создания персонализированных маркетинговых кампаний
в цифровую эпоху 65

М. Шмидт

Особенности маркетинговой стратегии, построенной на личном бренде 70

Г. Греков

Анализ сезонности в полиграфической отрасли: вызовы и возможности 74

Д. Акимов, Н. Колесникова

Исследование целевой аудитории санаторно-курортных учреждений
и её потребностей 80

М. Магомедов, Р. Магомедов

Особенности и проблемы маркетинга российских некоммерческих организаций
социальной сферы 85

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ:

ООО «Агентство БиСиАй
Маркетинг»

РЕДАКЦИЯ:

Татьяна Попова (гл. редактор)
Михаил Краевский

КОНТАКТЫ:

105203, Москва,
ул. 14-я Парковая, д. 8, этаж 5,
помещ. 1, комн. 1, офис 41
Тел.: 8 (918) 5041937
e-mail: suren@bci-marketing.ru
<https://www.bci-marketing.ru>

Издание зарегистрировано
в Гос. Комитете по печати.
Свидетельство о регистрации
№ 016349 от 11.07.1997 г.
Перерегистрировано
в Министерстве РФ по делам
печати, телерадиовещания
и средств массовой
коммуникации.
Свидетельство о регистрации
ПИ № 77-11651 от 21.01.2002 г.

Издается с января 1997 г.
Выходит ежемесячно.

Журнал находится
в доступе:

<https://bci-marketing.ru>
[https://elibrary.ru/
title_about.asp?id=8995](https://elibrary.ru/title_about.asp?id=8995);
[https://cyberleninka.ru/journal/n/
prakticheskiy-
marketing?i=1053141](https://cyberleninka.ru/journal/n/prakticheskiy-marketing?i=1053141)

Материалы для публикации
принимаются
только в электронном виде.
Перепечатка (в том числе
публикация в Интернете)
материалов только
с разрешения редакции.

FOUNDER AND PUBLISHER:
"Agency BCI Marketing" Ltd.

Tatyana Popova (chief editor)
Michael Kraevski

Office 41, room 1, floor 5,
14th Parkovaya st. 8,
Moscow, 105203, Russia

Tel.: +7 (918) 5041937
E-mail: suren@bci-marketing.ru
<https://www.bci-marketing.ru>

CONTENTS**A. Polyakov, T. Romanishina, V. Bondarenko**

Exploring the Application of Neural Networks in the Creation and Promotion of Films in the Russian Film Industry 4

V. Gorelikov, P. Bartash

Problems of the Russian Market of Sports Rights Holders and Acquirers of Rights in Sponsorship 11

S. Veretekhina

Improving the Export Marketing Management System at the Meso-economic Level: a Practical Marketing Solution for Promoting Exported Russian Passenger Cars on the International Market 16

O. Vinichuk, A. Shlygina, N. Vinichuk

Study of the Peculiarities of the Formation of Usability of the Site of Joint Purchases in the Framework of the Development of Social Commerce 22

A. Bushkov, E. Kmet, V. Anenkov

Methodology for Analysing the Purchasing Behaviour of Mineral and Drinking Water Consumers 29

A. Lyubimenko, E. Fursova, S. Osadchaya

Modeling of the System of Indicators of Consumer Trust and Behavior in Economic Conjunctural Marketing-management Research 35

T. Ksenofontova, Cao Huakun

Development of Methodological and Practical Approaches to the Formation of a Favourable Image of the Territory 40

I. Rozhkov

Features of Brand Promotion in the High-tech Industrial Market 45

I. Rozdolskaya, E. Makrinova, E. Matusenko

Digital Storytelling in Advertising and PR: Algorithms of Creation and Efficiency of Application 48

O. Kalimullina, T. Kadatskaya

Marketing Communications Based on Archetypes: a Case Study 52

A. Kobzeva, V. Samarina

The Role of Packaging in the Marketing Activities of a Confectionery Company 59

L. Beliaeva

Principles of Creating Personalized Marketing Campaigns in the Digital Age 65

M. Schmidt

Features of a Marketing Strategy Based on a Personal Brand 70

G. Grekov

Analysing Seasonality in the Printing Industry: Challenges and Opportunities 74

D. Akimov, N. Kolesnikova

Study of the Target Audience of Sanatorium and Resort Institutions and Their Needs 80

M. Magomedov, R. Magomedov

Specifics and Problems of Marketing of Russian Non-profit Organizations in the Social Sphere 85