

Требования к оформлению: объем – 1 п. л.; размер шрифта – 16; межстрочный интервал – 1,0; поля – все 3 см; ФИО автора (справа), наименование статьи (по центру), курсивом аннотация к статье (на русском языке), в завершении список использованной литературы. К статье прилагается рецензия.

Образец оформления статьи:

*Иванов И.И.,
к.т.н., доцент
Забайкальский институт
предпринимательства
Сибирского университета
потребительской кооперации*

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ

В статье представлены результаты разработки маркетинговых стратегий для Потребительского сельскохозяйственного кооператива «Илим». Проанализирована внутренняя и внешняя среда предприятия, выявлены сильные и слабые стороны. Разработаны стратегии, рассчитана экономическая эффективность внедрения стратегий.

Ключевые слова: маркетинговые стратегии, внутренняя и внешняя среда, молочное животноводство, товарная продукция, спрос, цена, сбытовая политика, потребители, эффективность.

В условиях развитого рынка разработка и применение стратегии маркетинговой деятельности – одна из важнейших функций руководителей высшего звена.

Стратегия – это генеральная программа действий, выявляющая приоритеты проблемы и ресурсы для достижения главной цели.