

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

2008 № 2 (119)

Главный редактор:

Владимир Боушев

Зам. главного редактора:

Валерия Михалюк

Научные консультанты:

Андрей Савельев

Леонид Кириченко

Геннадий Марченко

Григорий Чудновский

Корректор:

Эдит Соломахина

Учредитель и издатель:

Агентство BCI Marketing

Ген. директор:

Владимир Боушев

Адрес редакции: 107392, Москва,
ул. Малая Черкизовская, 66

Телефон/факс: (499) 168 3093,
(495) 956 7027

E-mail: info@bci-marketing.ru;

http: [//www.bci-marketing.ru](http://www.bci-marketing.ru)

Дорогие друзья и коллеги!

Нашему издательству исполнилось 15 лет. Все эти годы мы старались знакомить вас с передовыми достижениями научной и творческой мысли в маркетинге и рекламе. Хотелось бы верить, что наши труды были вами оценены и принесли реальную пользу вашему бизнесу, научной деятельности и послужили открытию новых горизонтов познания нашего изменчивого мира.

Но не только нашим трудом создавались эти издания. Отдельной благодарности заслуживают наши уважаемые авторы, благодаря которым и создавалась эта творческая атмосфера редакционной жизни, позволившая в течение многих лет плодотворно работать на благо наших многочисленных читателей и подписчиков.

Мы не сможем привести здесь всю ретроспективу публикаций, но в ближайших двух номерах мы хотим познакомить наших читателей с первыми номерами наших изданий и опубликовать подборку лучших статей за прошедшие годы.

Пусть это будет наш подарок вам.

Вы сами сможете оценить: с чего все начиналось, как развивался рынок маркетинга, и как выросло качество наших изданий, какие проблемы волновали профессиональное сообщество, кто был и кто остался на рынке, какие тенденции победили, а какие уже забыты. Надеемся, это будет вам интересно и, несмотря на наивность некоторых идей, поможет по-новому взглянуть на сегодняшний день.

Владимир Боушев

Приложение к журналу

«Практический маркетинг»

(зарегистрирован в Гос. Комитете РФ 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.)

Тираж 900 экз.

Распространяется по подписке.

Подписной индекс: 43239 (Объединенный

каталог «Пресса России»)

80020 (Каталог «Роспечать»)

Перепечатка с разрешения редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

АНАЛИТИКА

Е. Минченко

Выборы губернатора Красноярского края: технологический аспект (1998 № 6) 4

ДЕБАТЫ

И. Выборщик, Е. Минченко (Аналитический центр «Нью имидж»)

Психологические комментарии к теледебатам В. Зубов — А. Лебедь 13.05.98 (1998 № 6) ... 17

СМИ

BCI Marketing

Вариант возможной раскрутки А. Лебеда в СМИ (1998 № 6) 37

ТЕХНОЛОГИИ

BCI Marketing

Вариант возможной концепции контрпропаганды (1998 № 6) 41

СМЕТА

Смета, предложенная штабу А. Лебеда компанией «Янг энд Рубикам» (1998 № 6) 46

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

М. Энеева («Никколо М»)

Теория драматического моделирования в выборной кампании (1999. № 3) 51

ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ КАМПАНИИ

Н. Щербинина

Эффективные избирательные технологии в ситуации реального выбора:
региональный опыт (2000 № 4) 58

ФАЛЬСИФИКАЦИИ И МЕТОДЫ БОРЬБЫ С НИМИ

Ю. Любашевский (Русская школа PR)

«Судебные» избирательные технологии (2001 № 7) 63

Б. Макаров (Федеральное государственное унитарное предприятие

«Московский радиотехнический институт РАН»)

Прозрачные технологии тайного голосования избирательными бюллетенями (2002 № 1) .. 66

ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Л. Натансон «L. Nathanson (2002) Ltd.» Иерусалим (Израиль)

Как проиграть выборы (2003 № 3) 78