

СТАТЬИ, ОПУБЛИКОВАННЫЕ В ЖУРНАЛЕ В 2012 г.

Новые исследования

Андреева Т. Е., Сергеева А. В., Голубева А. А., Павлов Я. Ю.	Проблемы обмена знаниями в организациях сферы образования: пример средних общеобразовательных школ	Вып. 3 С. 78–105
Благов Е. Ю., Боголюбов П. П.	Конструктивная валидность единой теории принятия и использования технологии в российских условиях	Вып. 4 С. 101–125
Волков Д. Л., Никулин Е. Д.	Управление оборотным капиталом: анализ влияния финансового цикла на рентабельность и ликвидность компаний	Вып. 2 С. 3–32
Дмитриев А. Л., Семенов А. А.	Первые шаги американской системы научного менеджмента в дореволюционной России	Вып. 2 С. 131–155
Завьялова Е. К., Кошелева С. В., Яхонтова Е. С., Каххаров Ш.	Особенности управления человеческими ресурсами инновационно-активных компаний	Вып. 2 С. 78–106
Замулин А. Л.	Лидерство в эпоху знаний	Вып. 3 С. 48–77
Зенкевич Н. А., Каткало В. С., Клемина Т. Н., Медведев А. Г.	Эволюция моделирования стимулирующих контрактов с топ-менеджерами компаний	Вып. 1 С. 3–25
Кучеров Д. Г., Завьялова Е. К.	Бренд работодателя в системе управления человеческими ресурсами организации	Вып. 4 С. 22–48
Минина В. Н.	Организационное доверие как неосязаемый актив компании: проблема измерения	Вып. 2 С. 107–130
Никулин Е. Д., Шаталов А. И.	Стратегия роста бизнеса с использованием франчайзинга: баланс между числом собственных предприятий и числом предприятий-партнеров	Вып. 3 С. 25–47
Окулов В. Л., Скрипюк В. И.	Влияние хеджирования рисков на динамику цен акций российских компаний	Вып. 3 С. 3–24
Соколова Е. В.	Теоретические основы формирования конкурентной политики	Вып. 4 С. 82–100
Соловьева Д. В., Афанасьева С. В.	Анализ позиции бренда на рынке: эволюция подходов	Вып. 4 С. 49–81

- Старов С. А., Алканова О. Н., Молчанов Н. Н. Бренд, товарный знак и коммерческий символ как объекты управления компании Вып. 2 С. 33–54
- Старов С. А., Габисов А. А., Шостка А. Д., Черенков В. И. Формирование сбалансированного портфеля собственных торговых марок розничной сети «Лента» Вып. 1 С. 76–108
- Хольтбрюгге Д., Креппел Х. Российские многонациональные корпорации в Германии: имидж бренда и привлекательность работодателя Вып. 4 С. 3–21
- Черенков В. И. Конкурентная разведка как основа формирования проактивных маркетинговых стратегий Вып. 2 С. 55–77
- Шерешева М. Ю., Бузулукова Е. В. Сетевые межфирменные взаимодействия в деятельности ТНК на российском рынке Вып. 1 С. 52–75
- Широкова Г. В., Цуканова Т. В. Влияние национальной институциональной среды на степень интернационализации фирм малого и среднего бизнеса из стран с переходными экономиками Вып. 1 С. 26–51

Вопросы образования

- Благов Ю. Е., Гладких И. В. Корпоративная социальная деятельность российских компаний: к выходу первого сборника бизнес-кейсов Вып. 3 С. 106–127
- Гладких И. В., Глазунов О. Р., Домнин В. Н., Старов С. А. «Белочка: Я пришла!»: парадоксы бренда (учебный кейс) Вып. 3 С. 128–140
- Латуха М. О., Панибратов А. Ю. Новый бренд для образовательного учреждения: опыт объединения двух школ (учебный кейс) Вып. 4 С. 126–139
- Минина В. Н. Недостающее звено (учебный кейс) Вып. 1 С. 168–187
- Удовиченко О. М. Образовательные программы по менеджменту в здравоохранении: мировой опыт Вып. 2 С. 156–184
- Чанько А. Д. Методические аспекты преподавания бизнес-дисциплин в группах топ-менеджеров Вып. 1 С. 136–167

Классика теории менеджмента

- Благов Ю. Е. Р. Эдвард Фримен и концепция заинтересованных сторон (предисловие к разделу) Вып. 1 С. 109–116

Фримен Р. Э. Интерпретация теории заинтересованных сторон: некоторые направления будущего развития Вып. 1 С. 117–135

Хроника

Итоги Шестой Международной научной конференции «Теория игр и менеджмент» Вып. 3 С. 141–144

XIV Международная научно-практическая конференция «Реформирование общественного сектора» Вып. 4 С. 140–145