Лукина, Анастасия Владимировна Механизм экологического маркетинга в управлении устойчивым развитием регионов на основе оценки социо-эколого-экономических показателей

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Лукина, Анастасия Владимировна

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ\_5

ГЛАВА 1 ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР В ФОРМИРОВАНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА\_ 19

1.1 Возникновение экологического императива маркетинга\_19

1.2 Генезис концепции экологического маркетинга\_33

1.3 Теоретический аспект экологического маркетинга\_48

ГЛАВА 2 СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МИРОВЫХ ПРАКТИК ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА\_62

2.1 Обобщение и систематизация практики учета экологического фактора в маркетинговой стратегии\_62

2.2 Развитие сегмента экологически ориентированных потребителей\_73

2.3 Влияние экологического фактора на поведение российских потребителей

85

ГЛАВА 3 МЕХАНИЗМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА НА УРОВНЕ ОТДЕЛЬНОГО СУБЪЕКТА РЫНКА\_ 107

3.1 Базовые стратегии экологического маркетинга субъекта рынка\_107

3.2 Маркетинг взаимоотношений в механизме экологического маркетинга

субъекта рынка\_113

3.3. Механизм экологического маркетинга для продвижения экологичных

товаров\_120

ГЛАВА 4 МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ УСТОЙЧИВОСТИ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ\_ 134

4.1 Сравнительный анализ подходов к комплексной социо-эколого-экономической оценке устойчивости социально-экономических систем\_134

4.2 Отбор социо-эколого-экономических показателей для оценки устойчивости регионов России\_148

4.3 Графический анализ состояния устойчивости регионов на основе построения карт устойчивости \_170

4.4 Методика расчета интегрального индекса устойчивости регионов.

Процедура анализа устойчивости регионов Российской Федерации\_180

ГЛАВА 5 ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА НА ОСНОВЕ ДИНАМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА УСТОЙЧИВОСТИ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ\_ 197

5.1 Динамический анализ устойчивости регионов России с применением интегрального индекса устойчивости\_197

5.2 Разработка карт устойчивости социально-экономических систем субъектов Федерации\_211

5.3 Сопоставительный анализ интегрального индекса устойчивости и

индекса человеческого развития (ИЧР)\_220

ГЛАВА 6 МЕХАНИЗМ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА\_232

6.1 Обоснование применения и постановка целей экологического маркетинга для управления устойчивым развитием региона\_232

6.2 Стратегический аспект экологического маркетинга\_253

6.3 Место маркетинга в функциональной системе региона\_276

ГЛАВА 7 ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ И ТАКТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ И МОСКВЫ\_298

7.1 Механизм экологического маркетинга для устойчивого развития Пермского края\_298

7.2 Механизм экологического маркетинга для устойчивого развития города

Москвы\_318

ЗАКЛЮЧЕНИЕ\_333

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ\_350