

Выставка «Маркетинг и реклама в современном бизнесе»

Библиографический список литературы

КНИГИ

- Аакер Д. Создание сильных брендов / пер. с англ. Старов С.А. и др. — 2-е изд. — М.: Дом Гребенникова, 2008 .— 440 с.
- Багиев Г.Л. Маркетинг: учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич; под общ. ред. Г.Л. Багиева .— 3-е изд., перераб. и доп. — СПб.: Питер, 2010 .— 573 с.: ил. — (Учебник для вузов).
- Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев .— 4-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2010 .— 676 с.
- Бизнес-планирование: учеб. пособие / под ред. В.З. Черняка; под ред. Г.Г. Чараева .— 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Юнити, 2010 .— 592 с.
- Браерти Э. Бизнес-маркетинг: пер. с англ. / Э. Браерти, Р. Элкс, Р. Ридер .— 3-е изд. — М.: ИД Гребенникова, 2007 .— 732 с.
- Васильев Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008 .— 183 с.
- Грант Д. Ж. 12 тем: маркетинг 21 века: пер. с англ. — М.; СПб.: Коммерсантъ; Питер, 2007 .— 447 с.: ил.
- Грушенко В.И. Стратегии управления бизнесом. От теории к практической разработке и реализации: монография / В.И. Грушенко.— М.: Юнити; Закон и право, 2010 .— 296 с.
- Гундарин М.В. Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации .— 2-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2009 .— 336с.: ил.
- Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда : пер. с англ. / под общ. ред. В.Н.Домнина.— М. : Вершина, 2007 .— 448 с. : ил.
- Карпова С.В. Рекламное дело: учеб. для бакалавров / С.В. Карпова; Финуниверситет .— 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2013 .— 432 с.
- Котлер Ф. Маркетинг XXI века: Маркетинг от А до Я. Новые маркетинговые технологии. Десять смертных грехов маркетинга / пер. с англ. под ред. Т.Р. Тэор.— СПб. : Нева, 2005 .— 432 с.
- Котлер Ф. Маркетинг для государственных и общественных организаций: пер. с англ. / Ф. Котлер, Н. Ли.— СПб.: Питер, 2008 .— 377 с. — (Маркетинг для профессионалов).
- Ломова О.С. Деловое общение специалиста по рекламе : учеб. пособие / под ред. Л.М. Дмитриевой.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008 .— 237 с. — (Азбука рекламы).

Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк: Капитал пляшет под дудку таланта: пер.с англ. / К. Нордстрем, Й. Риддерстрале .— 3-е изд., испр. и доп. — СПб : Стокгольмская школа экономики, 2001 .— 280 с.

Романов, А.А. Маркетинговые коммуникации: учебник / А.А. Романов, И.М. Синяева, В.А. Поляков.— М.: Вуз. учеб.; Инфра-М, 2012 .— 384 с.

Салливан Л. Рекламная пауза. Откровения креативного директора: рук. по созданию грандиозной рекламы от неоднократного призера "Каннских львов"; пер. с англ. — 2-е изд. — М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2007 .— 310 с.: ил.

Финансовый маркетинг: теория и практика: учеб. для магистров / О.А. Артемьева [и др.] ; Финуниверситет; под общ. ред. С.В. Карповой.— М.: Юрайт, 2013 .— 424 с. — (Магистр).

Статьи

Нижегородцев Р.М. Современные методы анализа целевой аудитории рекламного рынка / Нижегородцев Р.М., Горлевская Л.Э., Секерин В.Д. // Менеджмент и бизнес-администрирование .— 2013 .— № 3.-С.50-55.

Керимова Ч.В. Формирование аналитического инструментария для оценки эффективности рекламных проектов // Экономика. Бизнес. Банки. — 2013 .— № 2.-С.84-96.

Фирсов Ю. Структура формирования имиджа территории с использованием коммуникационных маркетинговых процессов // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция .— 2013 .— № 2.-С.120-122.