



История. Исторические науки

1) Новиков, Павел Александрович.

История России : практикум / П. А. Новиков, Д. Е. Кичигин. – Иркутск : ИРНИТУ, 2022. – 50 с. — Библиогр.: с. 50. — URL: <http://elib.istu.edu/viewer/view.php?file=/files3/er-31848.pdf>.

Цена: 0.00 руб.

Рубрики: 1. История.

Кл. слова: историческое сознание — многонациональный народ России — историзм — российская государственность — единое культурное пространство — межнациональное общение — общероссийская идентичность.

ББК: ТЗ(2)я73

Инв. номер: ег-31848.

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 06.04.2023. MFN 246070.

Культура. Наука. Просвещение

1) Анашкина, Н. А.

Практическая подготовка студентов направления "Реклама и связи с общественностью" : учебное пособие / Н. А. Анашкина, О. Н. Ткаченко, М. В. Шматко. – Омск : Омский государственный технический университет, 2020. – 156 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115440.html>.

ISBN 978-5-8149-3179-5.

Аннотация: В пособии собрана и систематизирована информация, необходимая студенту, проходящему практику: рассмотрены виды практической подготовки, ее организационные аспекты и законодательная база; особое внимание уделено составлению отчета, процедуре защиты, критериям оценки результатов; даны конкретные примеры проведения оценки конкурентной среды, анализа рынка коммуникационных услуг, разработки коммуникационных мероприятий. Издание адресовано обучающимся по направлению подготовки 42.03.01, может быть полезно также преподавателям, осуществляющим руководство практической подготовкой студентов.

Рубрики: 1. Реклама.

УДК: 659.1(075.8); ББК: Ч60.065я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245743.

2) Головлева, Е. Л.

Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие для вузов / Е. Л. Головлева. – Москва : Академический проект, 2020. – 250 с. – (Высшее образование). — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110054.html>.

ISBN 978-5-8291-2675-9.

Аннотация: В рамках учебного пособия рассматривается широкий спектр подходов к определению понятия коммуникации. Ретроспективный анализ формирования теоретических знаний о коммуникации позволяет проследить все этапы развития зарубежной и российской коммуникативистики. Особое внимание уделяется изучению составных частей процесса коммуникации, в частности, средствам массовой информации, подробный анализ которых позволяет определить их значимость как носителей рекламной информации и их новые социальные функции, которые они в связи с этим приобретают. В ходе изложения современных тенденций массово-коммуникационных процессов рассматриваются актуальные проблемы современного информационного общества. Учебное пособие «Массовые коммуникации и медиапланирование» предназначено для студентов высших учебных заведений, обучающихся в области коммуникации, маркетинга, рекламы и связей с общественностью.

Рубрики: 1. Реклама.

УДК: 659.1(075.8); **ББК:** Ч60.065я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245778.

3) Епифанова, А. Г.

Дизайн-деятельность как социокультурная практика: репрезентация в актуальном рекламном дискурсе : монография / А. Г. Епифанова. – Челябинск : Южно-Уральский технологический университет, 2020. – 126 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109148.html>.

ISBN 978-5-6044299-2-1.

Аннотация: Работа имеет, прежде всего, научно-теоретическое значение в контексте развития культурологического знания, расширения и углубления проблематики изучения дизайн-деятельности. Основные положения работы могут быть применены в качестве учебного материала для разработки таких учебных курсов, как «Информационный дизайн и медиа», «Дизайн и рекламные технологии», «Конструирование в графическом дизайне», «Основы теории и методологии в графическом дизайне», «Дизайн-проектирование». Практическая значимость работы усматривается в интеграции результатов в деятельность дизайнеров-практиков, занятых в сфере графического дизайна, дизайна среды, рекламе, массовых коммуникациях в целях повышения качества создаваемых продуктов, опирающихся не только на принципы художественного творчества, но и на ценностно-смысловые доминанты культуры.

Рубрики: 1. Реклама — Дизайн.

УДК: 74.01; **ББК:** Ч600.6

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245735.

4) Лаптев, Владимир Владимирович.

Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама : учебное пособие / В. В. Лаптев. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. – 74 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118366.html>.

ISBN 978-5-7937-1814-1.

Аннотация: Учебное пособие «Дизайн-проектирование. Графический дизайн и реклама» соответствует содержанию дисциплины «Дизайн-проектирование» образовательной программы по направлению подготовки магистров 54.04.01 «Дизайн» (профили «Дизайн рекламы», «Графический дизайн в мультимедиа»), учебный модуль «Концепция дизайн-проекта». Учебное пособие содержит изложение основы разработки концепции дизайн-проекта с учетом развития графического дизайна и рекламы в исторической ретроспективе, на практических примерах показано влияние наличия идеи в проекте, применение различных художественных приемов и технологий. Это позволяет изучить основы и овладеть методами проектной деятельности.

Рубрики: 1. Реклама.

УДК: 659.1(075.8); **ББК:** Ч60.065я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245739.

5) Сергеева, Зоя Николаевна.

Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. – 83 с. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/99228.html>.

ISBN 978-5-7782-4107-7.

Аннотация: В данном учебном пособии основной акцент сделан на изучение специфики применения различных технологий в рекламе, в зависимости от типа носителя или канала коммуникации. Пособие содержит не только теоретические материалы, но и банк заданий по заполнению технического задания, спонсорского пакета, с большим количеством примеров рекламы в рамках применения творческих приемов и многое другое. Учебное пособие будет полезно студентам как заочной, так и очной формы обучения направления подготовки «Социология рекламы и связей с общественностью», «Реклама и связи с общественностью», а также молодым специалистам в области рекламы и маркетинга.

Рубрики: 1. Реклама.

УДК: 659.1(075.8); **ББК:** Ч600.6я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245736.

6) Черепанов, Всеволод Дмитриевич.

Реклама и связи с общественностью в кризисных ситуациях : учебное пособие / В. Д. Черепанов. – Москва : МИИТ, 2018. – 170 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116075.html>.

Аннотация: Анализируется понятие «кризис», этимология и диалектика термина, спектр его современных бытовых и научных смыслов, содержательно раскрыты категории чрезвычайной, экстремальной и кризисной ситуации, соотнесены категории и феномены кризиса и конфликта. Через атрибутику кризисной ситуации и признаки кризисных явлений характеризуется кризисная ситуация в организации. Дается системная типология кризисов, акцент делается на различных источниках и масштабах последствий. Рассмотрены основные стадии кризиса и их характеристики, выявлены экономические причины кризисных явлений, показаны стадии кризисного процесса и диагностика скрытого кризиса специалистом PR и рекламы. Выявляется общее и особенное в профессиональной деятельности рекламщиков и служб PR в прогнозе потенциального кризиса для организации, превентивных мерах по его предотвращению или минимизации. Анализируется система реакции соответствующих служб на наступление кризисов различных типов и механика поиска выхода из наступившей рецессии. Антикризисный PR представлен как система мер и как система действий, показана специфика взаимодействия со СМИ в антикризисном PR и особенности антикризисного PR в современной России.

Рубрики: 1. Реклама.

УДК: 659.1(075.8); **ББК:** Ч60.065я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245744.

7) Чилинбир, Елена Юрьевна.

Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилинбир. – Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 240 с. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/95336.html>.

ISBN 978-5-4497-0579-2.

Аннотация: В учебном пособии характеризуется содержание профессиональной деятельности выпускников высших учебных заведений в области рекламы и связей с общественностью. Даются основные понятия и определения в этой области, освещается история рекламы и связей с общественностью в России и мире. Приводится информация о профессиональных объединениях в рассматриваемой сфере, а также о ее правовом и этическом регулировании, работе организаций и служб, занимающихся рекламой и связями с общественностью, требованиям к их персоналу. Учебное пособие подготовлено с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Предназначено для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», изучающих дисциплину «Введение в профессию». Может использоваться в методической работе кафедр и факультетов, обеспечивающих подготовку кадров по этому направлению.

Рубрики: 1. Реклама.

УДК: 659.1(075.8); **ББК:** Ч60.065я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245741.

8) **Архитектура и градостроительство на побережье озера Байкал. Материалы Региональной междисциплинарной научно-практической конференции (г. Иркутск, 1 декабря 2022 г.)** : сборник материалов / Иркутский национальный исследовательский технический университет ; ред.: А. Г. Большаков [и др.] – Иркутск : ИРНИТУ, 2022. – 190 с. — URL:

<http://elib.istu.edu/viewer/view.php?file=/files3/er-31845.pdf>.

Цена: 0.00 руб. – ISBN 978-5-8038-1811-3.

Рубрики: 1. Архитектура.

Кл. слова: природоохранная политика — биосферные территории — экологическое движение — туристическая архитектуры.

УДК: 72; **ББК:** 72:(282.256.341)

Инв. номер: er-31845.

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 04.04.2023. MFN 245782.

Политика. Политические науки

1) Ланцова, Ирина Викторовна.

Политические аспекты национальной безопасности : практикум / И. В. Ланцова, А. А. Звездина. – Иркутск : ИРНИТУ, 2022. – 122 с. — Библиогр.: с. 116. — URL:

<http://elib.istu.edu/viewer/view.php?file=/files3/er-31846.pdf>.

Цена: 0.00 руб.

Рубрики: 1. Национальная безопасность.

Кл. слова: политические конфликты — кризисы — экстремистская деятельность — политическая безопасность — взаимоотношения государств — внешняя политика — национальные интересы — внешние и внутренние угрозы государства — общество — политика — права и свободы человека — целостность государства — конституционная легитимность строя.

ББК: Ф2(2Рос)я43

Инв. номер: er-31846.

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 06.04.2023. MFN 246067.

Экономика. Экономические науки

1) Бекмурзаев, И. Д.

Маркетинговые исследования : учебное пособие / И. Д. Бекмурзаев, Я. Э. Дадаев. – Грозный : Чеченский государственный университет, 2019. – 155 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107264.html>.

Аннотация: Учебное пособие представляет собой основной учебный материал для подготовки к лекционным и практическим (семинарским) занятиям по дисциплине «Маркетинговые исследования», предназначенный для бакалавров направления подготовки 38.03.06 – Торговое дело, изучающих использование современных маркетинговых инструментов в деятельности предприятий различных сфер деятельности.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245774.

2) Брезгина, К. В.

Маркетинговые исследования : учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 141 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83809.html>.

ISBN 978-5-4486-0770-7.

Аннотация: В учебном пособии представлено краткое изложение основных теоретических вопросов дисциплины «Маркетинговые исследования», а также вопросы для самостоятельной проверки знаний, практические задания, задачи, деловые игры. Подготовлено с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Предназначено для студентов направлений подготовки 38.03.02 «Менеджмент» и 38.03.06 «Торговое дело» и преподавателей в области экономики и маркетинга.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245765.

3) Власов, Валерий Борисович.

Основы маркетинга : учебное пособие / В. Б. Власов, С. Ю. Нерозина. – Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2021. – 68 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111482.html>.

ISBN 978-5-7731-0918-1.

Аннотация: Рассматриваются фундаментальные, классические вопросы маркетинга: объективные условия его возникновения, современная концепция маркетинга, комплексное исследование маркетинговой внутренней и внешней среды, методология маркетинговых исследований, товарная, ценовая, сбытовая, коммуникационная политики предприятия. Изложены общенаучные основы маркетинга, организационные аспекты маркетинговой деятельности. Предназначено для студентов, обучающихся по направлению 08.03.01 «Строительство» (профиль «Экспертиза и управление недвижимостью»), всех форм обучения.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 658.8(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245756.

4) Дианова, Вероника Александровна.

Маркетинговые исследования : учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки бакалавриата "Менеджмент" / В. А. Дианова, А. А. Романов. – Краснодар : Южный институт менеджмента, 2018. – 114 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/76919.html>.

Аннотация: Учебное пособие призвано формировать у студентов фундаментальные теоретические знания и практические навыки по методам изучения и прогнозирования рыночных явлений и процессов, получения выводов, необходимых для принятия маркетинговых решений и разработки соответствующих рекомендаций. Учебное пособие предназначено для студентов направления подготовки бакалавриата «Менеджмент».

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245764.

5) Евдокимов, Олег Георгиевич.

Основы маркетинга : учебное пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. – Москва : МИИТ, 2021. – 236 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115863.html>.

Аннотация: В учебном пособии изложены основы теории и практики маркетинга, описан весь комплекс механизмов и основных элементов маркетинговой деятельности. Показано, использование маркетинга в условиях российской экономики в настоящее время, формирование стратегии хозяйственной деятельности, основанной на маркетинговой концепции, рассмотрены задачи, возникающие в работе руководителей, экономистов и других специалистов организаций. Учебное пособие предназначено для студентов, обучающихся на бакалавриате по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Торговое дело».

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245759.

6) Евдокимов, Олег Георгиевич.

Основы маркетинга : учебно-методическое пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. – Москва : МИИТ, 2021. – 101 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115862.html>.

Аннотация: Учебно-методическое пособие по дисциплине «Основы маркетинга» разработано для студентов в качестве практикума по дисциплине и для помощи преподавателям при подготовке к проведению практических и семинарских занятий со студентами. Данное учебно-методическое пособие для практических занятий поможет в изучении дисциплины, «соединяя теорию с практикой». Его цель – максимально обеспечить практическую направленность изучаемого курса с помощью использования кейс-метода. В учебно-методическое пособие включены девять кейсов по маркетингу. А также описана методика проведения занятий с использованием кейс-метода. Так же, в учебно-методическое пособие включён глоссарий, содержащий термины маркетинга. Учебно-методическое пособие по дисциплине «Основы маркетинга» предназначено для студентов бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью».

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245757.

7) Кадацкая, Дарья Вячеславовна.

Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие / Д. В. Кадацкая. – Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020. – 112 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.html>.

ISBN 978-5-361-00833-9.

Аннотация: Учебное пособие «Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики» содержит теоретические вопросы, отражающие основные аспекты цифрового маркетинга и практические задания, которые позволят сформировать концепт бизнес-идеи и овладеть методами ее продвижения в цифровой среде. Учебное пособие предназначено для студентов всех направлений подготовки и специальностей. Данное издание публикуется в авторской редакции.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245762.

8) Маркетинговые исследования : учебное пособие : в 3 ч. / М. Е. Цой, В. Ю. Щеколдин.

Ч. 1: Направления и методы маркетинговых исследований., 2018. – 67 с. – (). — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91229.html>.

ISBN 978-5-7782-3636-3.

Аннотация: Учебное пособие подготовлено на основе интеграции различных подходов к исследованиям рынка, потребителей, методов разработки новых продуктов, оценки эффективности маркетинговых коммуникаций и т. д. Приводятся многочисленные примеры решения реальных задач маркетинга, подтверждающих корректность предлагаемой в пособии классификации направлений маркетинговых исследований. Подходы, рекомендуемые авторами для проведения сбора и анализа данных с точки зрения маркетинга, имеют редкое упоминание в отечественной литературе и представляют собой свежие и оригинальные методы, позволяющие синтезировать классические направления теории маркетинга и использовать преимущества статистических технологий, применяемых для обработки результатов опросов, экспериментов и др. Предназначено для студентов, обучающихся маркетингу, а также маркетологов, менеджеров, логистов, специалистов среднего и высшего управленческого звена и т. д.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245770.

9) Плотникова, Ю. С.

Маркетинговые исследования : учебное пособие / Ю. С. Плотникова. – Омск : Омский государственный технический университет, 2021. – 128 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124834.html>.

ISBN 978-5-8149-3323-2.

Аннотация: Рассмотрены теоретические, эмпирические и прикладные особенности маркетинговых исследований. Главное внимание уделено основным методам маркетинговых исследований в современной науке и практике, которые может самостоятельно реализовать специалист в сфере рекламы и связей с общественностью. Учебное пособие адресовано обучающимся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Может представлять интерес для сотрудников СМИ, PR-служб, маркетинговых и рекламных агентств.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245776.

10) Побединская, Евгения Анатольевна.

Технологии брендинга территории : курс лекций / Е. А. Побединская, П. И. Срыбная. – Ставрополь : СКФУ, 2018. – 98 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92765.html>.

Аннотация: В пособии в соответствии с государственным стандартом и программой подготовки по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» представлен курс лекций по дисциплине «Технологии брендинга территории». Пособие предназначено для студентов, преподавателей вузов, а также всех заинтересованных в данной проблеме.

Рубрики: 1. Брендинг.

УДК: 659.1; **ББК:** У291.34я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245749.

11) Пучкова, Светлана Владимировна.

Стратегия социальных и маркетинговых исследований : учебное пособие / С. В. Пучкова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2018. – 68 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102971.html>.

ISBN 978-5-7937-1605-5.

Аннотация: В ходе знакомства с учебным пособием «Стратегия социальных и маркетинговых исследований» студенты на конкретных примерах узнают сущность и содержание социальных и маркетинговых исследований и особенности построения стратегий в этой области. В учебном пособии рассматриваются такие понятия, как стратегии, исследования, маркетинговые исследования, социальные исследования, стратегическое планирование, системный анализ. Учебное пособие может быть хорошим дополнительным материалом при изучении данного курса студентами всех форм обучения соответствующих специальностей и будет способствовать развитию навыков работы студентов с методиками и технологиями прикладных исследований.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245772.

12) Розова, Наталья Константиновна.

Основы маркетинга : учебное пособие / Н. К. Розова. – Санкт-Петербург : Политех-Пресс, 2021. – 136 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116137.html>.

ISBN 978-5-7422-7417-9.

Аннотация: Пособие соответствует авторскому курсу дисциплины «Основы маркетинга» и предназначено для студентов направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». В пособии содержится базовый понятийный аппарат дисциплины, рассмотрены основные виды маркетинга, описаны составляющие маркетингового комплекса и соответствующие им политики компании – товарная, ценовая, сбытовая и коммуникационная. Текст иллюстрирован структурно-логическими схемами и таблицами. Предназначено для студентов, аспирантов, слушателей программ переподготовки и повышения квалификации, впервые знакомящихся с маркетингом.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245760.

13) Сафонова, Лариса Александровна.

Основы маркетинга : учебное пособие / Л. А. Сафонова, Т. М. Левченко, И. С. Мухина. – Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 119 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117107.html>.

Аннотация: Учебное пособие предназначено для студентов, обучающихся по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». В учебном пособии рассмотрены сущность и содержание маркетинга, маркетинговые стратегии и коммуникации, функции и виды маркетинга.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245761.

14) Скворцова, Елена Анатольевна.

Планирование и прогнозирование : учебное пособие / Е. А. Скворцова, Е. Ю. Семенов. – Иркутск : ИРНИТУ, 2022. – 214 с. — Библиогр.: с. 212. — URL: <http://elib.istu.edu/viewer/view.php?file=/files3/er-31847.pdf>.

Цена: 0.00 руб. – ISBN 978-5-8038-1794-9.

Рубрики: 1. Экономика — Планирование.

Кл. слова: программы социально-экономического развития — планы внутри фирмы — перспективное планирование — прогнозирование — оперативно-производственное планирование — бизнес-планирование — методы планирования — демографические прогнозы — метод экспертных оценок — рациональное использование ресурсов — тренд.

ББК: У054я43

Инв. номер: er-31847.

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 06.04.2023. MFN 246068.

15) Терентьев, Юрий Викторович.

Проектирование брендинговых кампаний : учебное пособие / Ю. В. Терентьев. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. – 103 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118411.html>.

ISBN 978-5-7937-1908-7.

Аннотация: В учебном пособии рассмотрены основные понятия брендинга и основные инструменты разработки и коммуникационных подходов в реализации брендинговых кампаний. В числе теоретических вопросов рассмотрены основные понятия брендинга (в том числе торговая марка и бренд как комплекс марочных ассоциаций), позиционирование торговой марки, методы и модели разработки бренда. В числе прикладных вопросов рассмотрены коммуникационные основы брендинга (в том числе коммуникационная стратегия брендинговой кампании), особенности вывода торговой марки на рынок, особенности текущего продвижения торговой марки (бренда). Учебное пособие может быть использовано при изучении курсов «Инновационный брендинг», «Брендинг территорий», «Международный брендинг», «Социальный брендинг», «Политический брендинг». Предназначено для студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей, интересующихся вопросами маркетинга, брендинга, связей с общественностью и рекламы.

Рубрики: 1. Брендинг.

УДК: 659.1(075.8); **ББК:** У291.34я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245751.

16) Томасова, Дарья Александровна.

Развитие и применение дизайн-мышления в маркетинговых исследованиях : учебное пособие для бакалавров / Д. А. Томасова. – Саратов : Вузовское образование, 2021. – 132 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110122.html>.

ISBN 978-5-4487-0799-5.

Аннотация: В учебном пособии рассмотрены возможности и особенности адаптации и применения инструментов дизайн-мышления для создания сценариев маркетингового исследования и развития эмпатийного подхода к изучению потребителя. Издание содержит описание терминологического аппарата, теоретический обзор по тематике дизайн-мышления, а также раскрывает конкретные методы и инструменты полевых и кабинетных исследований в маркетинге, подходы к формированию артефактов и шаблонов этнографического исследования. Приведены развернутые примеры того, как представленный инструментарий может быть применен для целей адаптации продуктовых решений к актуальным проблемам и задачам пользователя. Подготовлено в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования. Учебное пособие может быть использовано для студентов бакалавриата направлений подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент» и 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», изучающих дисциплины «Маркетинг» и «Маркетинговые исследования».

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245775.

17) Шабашова, Л. А.

Маркетинговые исследования : учебное пособие / Л. А. Шабашова. – Симферополь : Университет экономики и управления, 2019. – 160 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89492.html>.

Аннотация: Учебное пособие составлено в соответствии с учебной программой и содержит информацию по основным разделам курса «Маркетинговые исследования». В пособии последовательно рассмотрены все основные темы, входящие в лекционный курс. В учебное пособие «Маркетинговые исследования» также включены вопросы для повторения, тесты, перечень рекомендуемой литературы, перечень основных нормативно-правовых актов РФ, регулирующих маркетинговую деятельность. Учебное пособие предназначено для студентов УЭУ, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (профиль «Коммерция») на заочной форме обучения.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 339.138(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245768.

18) **Методы маркетинговых исследований** : учебное пособие (практикум) / авт., сост. М. М.

Шульга. – Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2019. – 107 с. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92703.html>.

Аннотация: Пособие составлено в соответствии с образовательным стандартом высшего образования СКФУ, учебным планом и программой дисциплины. Содержит материалы, необходимые для подготовки к практическим занятиям. Предназначено для студентов направления подготовки 39.03.01 Социология, а также для всех, кто интересуется проблемами использования социологических методов в маркетинге.

Рубрики: 1. Маркетинг.

УДК: 659.1(075.8); **ББК:** У291.3я73

Имеется электронный экземпляр.

Введено: Харитонкина 03.04.2023. MFN 245771.

Всего: 28 док.

*В списке показаны только вновь поступившие экземпляры документов. Более подробные сведения
можно получить с помощью электронного каталога.*

**Новые поступления литературы по общественным и социальным наукам
1 апреля 2023 г. – 30 апреля 2023 г.**

*Замечания и предложения по улучшению Бюлетеня
присылайте на e-mail: library@istu.edu*