



**Новые поступления литературы по естественным и техническим наукам
1 апреля 2023 г. – 30 апреля 2023 г.**

Архитектура

- 1) **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 : ИРНТУ, 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.

Управление предприятиями. Организация производства

- 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) 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.

3) 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.

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) 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.

6) 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.

7) 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.

8) 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.

9) Чилингир, Елена Юрьевна.

Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. – 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.

10) **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: 11 док.

**Новые поступления литературы по естественным и техническим наукам
1 апреля 2023 г. – 30 апреля 2023 г.**

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

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