

НОВЫЕ ИЗДАНИЯ ПО МАРКЕТИНГУ

сентябрь 2014



Блюм, М.А. Маркетинг рекламы : учебное пособие / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, М. В. Молоткова. - М. : ФОРУМ, 2014. - 144 с. - (Профессиональное образование).

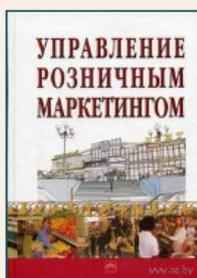
Учебное пособие "Маркетинг рекламы" посвящено применению инструментов и технологий рекламы как метода стимулирования сбыта и продвижения. Раскрываются следующие тематические разделы: общая характеристика рекламы, ее значение, основные элементы комплекса маркетинга, использование современных средств реализации рекламных компаний. Пособие содержит лекционный материал, вопросы для контроля, текстовые задания, список литературы для самостоятельного изучения. *Предназначено для преподавателей, студентов и специалистов, занимающихся вопросами маркетинга и рекламы.*





Жукова, Т.Н. Управление и организация маркетинговой деятельности : учебное пособие / Т. Н. Жукова. - М. : Инфра-М, 2014. - 197 с. - (Высшее образование: Бакалавриат).

Учебное пособие охватывает широкий круг вопросов, связанных с управлением и организацией маркетинговой деятельности предприятий и учреждений. Рассматриваются принципы управления маркетингом, вопросы формирования организационной структуры предприятия, обеспечивающей его рыночную ориентированность, проблемы организации функционирования маркетинговых подразделений и их интеграции в систему управления предприятием, методы и формы маркетингового контроля. Адресовано студентом, обучающимся по направлению «Менеджмент», другим экономическим специальностям, а также всем интересующимся проблемами управления и организации маркетинговой деятельности.



Управление розничным маркетингом / ред. Д. Гилберт. - М. : ИНФРА-М, 2014. - 587 с.

В книге показаны новые приемы повышения привлекательности продуктов и услуг, адресованные менеджерам розничных, в том числе сетевых компаний. Основное внимание авторы уделяют организации магазинной торговли. Книга будет также полезна специалистам розничных предприятий туристической, сервисной и финансовой сфер при продвижении ими своей продукции, планировании и организации ее продаж. Представлены принципиально новые разработки в области выбора типа магазина и места его расположения, стратегии и тактики розничных продаж и управления категориями товаров, организации кампаний продвижения для магазинов различных форматов и типов. Менеджеры познакомятся с интересными приемами использования торговых площадей и выкладки товаров, планирования торговых запасов, ценообразования, рекламной деятельности, с простыми и сложными приемами стимулирования продаж. Вы узнаете о новых направлениях в обслуживании клиентов, применении информационных технологий. В книге представлены положительные, отрицательные и даже комичные примеры деятельности мировых компаний. Пособие адресовано студентам, аспирантам, менеджерам и организаторам торговли и обслуживания в розничной сфере.





Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник для бакалавров : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям и специальностям / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед ; Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова. - М. : ЮРАЙТ, 2013. - 383 с. - (Бакалавр. Базовый курс).

В учебнике дано обоснование и исторический обзор возникновения, а также анализ становления рекламы и связей с общественностью в социуме. Показана взаимосвязь между рекламой, связями с общественностью, коммерческой отраслью и динамичными эволюционными процессами в человеческом сообществе. Проанализированы прикладные формы приемов, методик и технологий в коммуникационном процессе различных отраслей профессиональной деятельности.



Асакер, Т. Основа убеждения. Как лучшие в мире маркетологи, дизайнеры, продавцы, тренеры, учителя, предприниматели и лидеры заставляют нас поверить в свои идеи = TheBusinessofBelief/ Т. Асакер. - М. : Манн, Иванов и Фербер", 2014. - 208 с.

Эта книга посвящена убеждениям - тому, что они из себя представляют, почему они так важны, как они возникают, как укореняются в сознании человека, и как успешные люди вдохновляют и подталкивают к действиям других людей, или, говоря словами автора, как успешные люди и компании «используют силу убеждений». Проанализировав механизмы возникновения наших убеждений, и вскрыв скрытую логику мотивов человеческого поведения, Том Асакер предлагает всем, кто хочет добиваться успеха, начать путь к этой цели с ревизии своей системы убеждений. *Для маркетологов, дизайнеров, продавцов, тренеров, учителей, предпринимателей и лидеров, которые хотят узнать, что нужно сделать, чтобы убедить других людей.*





Бачило, С.В. Директ-маркетинг : учебно-практическое пособие / С. В. Бачило, И. В. Есинова, Л. А. Мишина. - М. : Дашков и К*, 2014. - 212 с.

Данное учебно-практическое пособие раскрывает все основные вопросы современного директ-маркетинга. В нем содержится вся необходимая информация о SMS-рассылках, курьерских доставках и телемаркетинге. Раскрываются особенности продаж по телефону, почтовой и факс-рассылки, директ-маркетинга через Интернет и работы с каталогами. Отдельное внимание уделяется работе с целевой аудиторией и расчетам эффективности директ-маркетинга. Для специалистов данной отрасли, руководителей предприятий, отделов продаж, рекламных агентств, а также студентов.



Продвижение порталов и интернет-магазинов : практическое руководство для маркетологов и руководителей бизнеса / Л. Гроховский [и др.]. - М. : ПИТЕР, 2014. - 224 с.

Эта книга о том, как продвигать большие сложные проекты. Здесь рассмотрено SEO в самом широком понимании, включая не только информационный поиск, но также PR, маркетинг и работу с контентом вообще. Подробно описываются технологии и подходы, которые непопулярны на рынке. Она о том, как продвигать сайт командой, провести исследование, разработать стратегию и внедрить разработанные технологии в работу. Книга будет интересна настоящим и будущим владельцам или руководителям больших интернет-магазинов и порталов, руководителям отделов продвижения, специалистам, а так же всем кто интересуется SEO.

