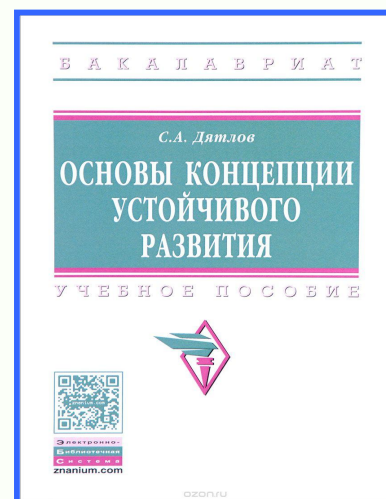


# Новые поступления литературы

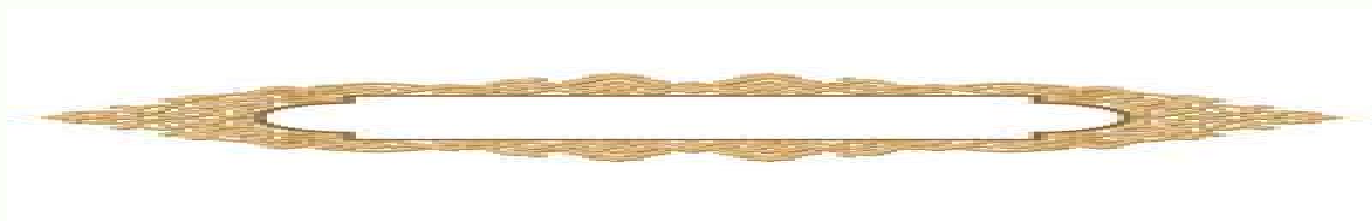
ИЮНЬ 2017 г.

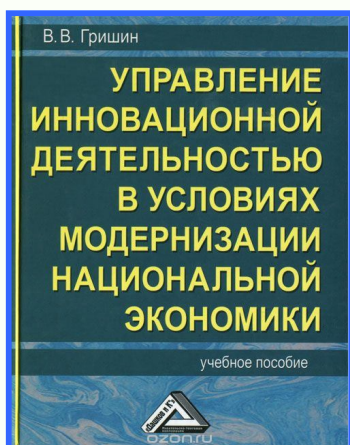
## ПО ЭКОНОМИКЕ

**Дятлов, С.А. Основы концепции устойчивого развития : учебное пособие / С. А. Дятлов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный экономический университет . - [б. м.] : ИНФРА-М, 2017. - 185 с. - (Высшее образование: Бакалавриат)**



В учебном пособии рассмотрены основные предпосылки, условия и этапы формирования современной концепции устойчивого развития. Раскрыто содержание понятия, определены общие принципы, критерии и показатели устойчивого развития, рассмотрена структура международной программы перехода к стратегии устойчивого развития. Особое внимание уделено разработке региональной концепции устойчивого развития Евразийского региона и организационно-экономического механизма ее реализации.





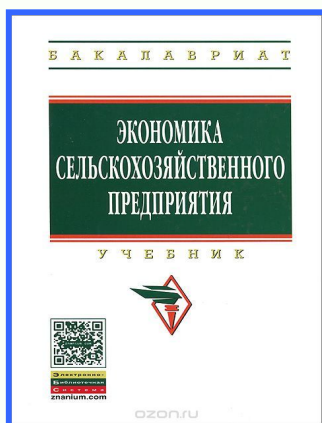
**Гришин, В.В. Управление инновационной деятельностью в условиях модернизации национальной экономики : учебное пособие / В. В. Гришин. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К\*", 2017. - 368 с.**

В учебном пособии представлены теоретические и методические основы инновационной деятельности. Особое внимание уделено управленческим аспектам и приемам государственного регулирования инновационных процессов. Для лучшего усвоения учебного материала каждый раздел пособия сопровождается вопросами и заданиями для самоконтроля.

**Наумов, В.Н. Поведение потребителей : учебное пособие / В. Н. Наумов. - М. : ИНФРА-М, 2017. - 248 с. - (Высшее образование: Бакалавриат)**

В учебном пособии рассмотрены подходы к изучению поведения потребителей на принципе моделирования процессов принятия решений о покупке, выбора магазина и поведения покупателей в торговом зале. Предложена классификация моделей поведения потребителей, в основу которой положены исследования в области экономической, социальной и психологической теорий, а также приведены отдельные эмпирические данные, касающиеся принятия решений потребителями при покупке товаров. Уделено внимание процессам восприятия потребителями торговых марок (брендов) и рекламных сообщений, рассмотрены основные правила выкладки товаров и ее влияние на решение покупателя (мерчандайзинг), даны рекомендации по использованию психологии поведения потребителей в личных продажах.





**Экономика сельскохозяйственного предприятия : учебник для студентов высших аграрных учебных заведений, обучающихся по направлениям 38.03.01 "Экономика" и 38.03.02 "Менеджмент": допущено Министерством сельского хозяйства РФ / ред. И. А. Минакова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2017. -**

**363 с. - (Высшее образование: Бакалавриат)**

В учебнике изложены основные экономические категории и понятия, рассмотрены теоретические и практические вопросы функционирования сельскохозяйственных предприятий; организационно-правовые формы и производственные ресурсы предприятий; организация производства, управления и планирования; инвестиционная, инновационная, природоохранная, аналитическая деятельность; учет и отчетность, факторы и эффективность развития предприятия; формирование издержек производства и ценообразование на сельскохозяйственную продукцию. Во втором издании дополнительно рассмотрены формы, типы и методы организации производства, производственный процесс и его элементы, производственный цикл и его структура, различные теории мотивации, структура предприятия, инвестиционный проект и его экономическая оценка, производственная программа.

