
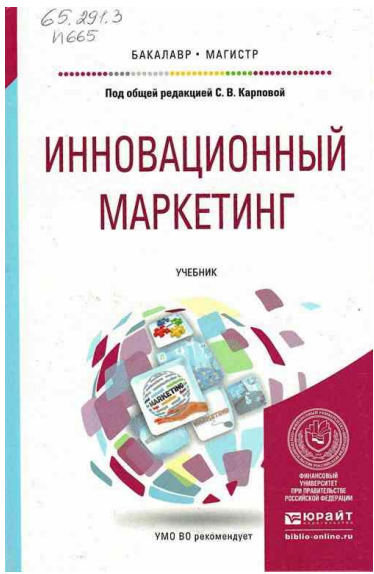
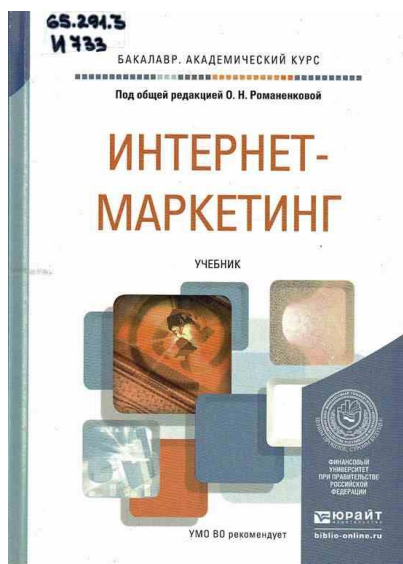


ОБЗОР НОВИНОК

Фонд Главного абонеента пополнился новыми книгами. Поступившая литература будет интересна студентам, учащимся на экономических специальностях.

	<p>65.27 Д665</p>	<p>Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. - Москва : Юрайт, 2016. – 410, [1] с. ил.</p> <p>Рассматриваются теоретические основы и практические аспекты брендинга как междисциплинарного направления. Подробно излагаются содержание и особенности основных направлений брендинга, включая аспекты менеджмента, маркетинга, корпоративных финансов, права, рекламы, связей с общественностью и дизайна.</p>
	<p>65.291.3 И665</p>	<p>Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры/ [С. П. Азарова и др.] ; под ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ Москва : Юрайт, 2017. – 454, [1] с. ил., табл.</p> <p>Рассмотрены инновационная маркетинговая политика российских предприятий, роль и значение инноваций в маркетинге, проведение маркетинговых исследований инноваций, бизнес - моделирование как инновационный вид разработки маркетинговых стратегий, интернет – маркетинг как инновационный вид маркетинга, в том числе омниканальный, инновационные технологии маркетинга в социальных сетях, вирусных и партизанских маркетинг, сенсорный, латеральный когнитивный, социальный, экологический маркетинг, нейромаркетинг, маркетинг высокотехнологичных продуктов, инновационные направления в развитии логистических услуг.</p>



65.291.3
И733

Интернет - маркетинг : учебник для академического бакалавриата / [О. Н. Романенкова и др.] ; под ред. О. Н. Романенковой. – Москва : Юрайт, 2016. – 287, [1] с. ил., табл.

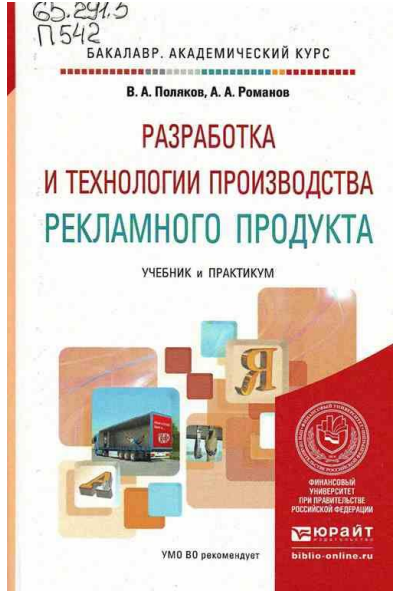
В учебнике раскрываются содержание и специфика маркетинга в сети Интернет, приводятся конкретные направления и примеры использования инструментов маркетинговых исследований, продвижения, контрольных мероприятий в сети Рунета для успешного позиционирования компании на рынке, эффективного диалога с целевыми аудиториями потребителей и партнёров. Рассматриваются примеры эффективного ведения бизнеса известными и малоизвестными российскими брендами. Анализируются современные инструменты маркетинговых коммуникаций в Интернете (контекстная и медийная реклама, PR, вирусный маркетинг, интернет – продвижение в социальных медиа) с учётом специфики целевых аудиторий.



65.291.3
М897

Музыкант В. Л. : Основы интегрированных коммуникаций : теория и современные практики. Ч. 2 : Учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. – Москва. : Юрайт, - 2017. – 382, [2] с., [б] л. цв. ил.

В учебнике раскрыты базовые понятия интегрированных коммуникаций и актуальные вопросы маркетинга, включая SMM, брендинга и рекламы, отражён российский и зарубежный опыт развития предприятий на растущих и зрелых рынках.

	<p>65.291.3 П542</p>	<p>Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А.А. Романов ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ Москва : Юрайт, 2017. – 502, [16] с., л. ил.</p> <p>Учебник посвящён анализу используемых в современной практике маркетинга России и зарубежных стран методик разработки и технологий производства рекламной продукции. Раскрыты сущность и разновидности рекламного продукта в позиции маркетинг – менеджмента, особенности технологических процессов в полиграфии, создании наружной, аудио-, видео-, и мультимедийной рекламы. Рассмотрено множество практических примеров и ситуаций по применению рекламных технологий в конкретных маркетинговых ситуациях.</p>
---	---------------------------------	---

Часы работы:

ежедневно с 10-00 до 18-00

суббота с 10-00 до 17-00

Ответственный за информацию на странице:

Морозова М. В., гл. библиотекарь

Главного абонемента

Тел.: 315-39-58(доп. 4-216)

E-mail: gum@library.nstu.ru