МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА ИМ. И. Г. ТЮЛИНА

МАРКЕТИНГ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ УКАЗАТЕЛЬ

Москва 2018



УДК 01 : 339.1
ББК 91.9 : 65.291.3
М 26

Маркетинг: теория и практика: библиографический указатель / Научная библиотека МГИМО МИД России им. И.Г. Тюлина. – М., 2018. – 30 с.

Библиографический указатель «Маркетинг: теория и практика» подготовлен отделом справочно-библиографического обслуживания научной библиотеки МГИМО им. И.Г. Тюлина с использованием электронного каталога.

Указатель включает записи на отечественную и зарубежную литературу, освещающую теоретические и практические аспекты маркетинга. Рассматриваются конкурентоспособные маркетинговые стратегии и технологии, способы исследования рынка и продвижения товаров и услуг, успешный опыт различных компаний.

Внутри каждого раздела книги располагаются в алфавитном порядке. Библиографические описания имеют шифр книгохранения библиотеки.

Библиографический указатель снабжен справочным аппаратом, включающим указатель авторов, предметный указатель и указатель географических названий, в которых применяется система номерных отсылок.

Рассчитан на студентов, аспирантов, преподавателей, а также специалистов-маркетологов.

Содержание

Теоретические основы маркетинга 3

Маркетинговые исследования и стратегии 5

Маркетинговые коммуникации 7

Технологии маркетинга 9

Интернет-маркетинг 11

Отраслевой маркетинг 12

Международный маркетинг 15

Указатель авторов 17

Предметный указатель 22

Указатель географических названий 30

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

1. 38 К31 **Kellogg on Marketing** / ed. by A.M. Tybout, B.J. Calder ; [foreword by P. Kotler]. – 2nd ed. – Hoboken : John Wiley & Sons, 2010. – XIX, 426 p.

2. 38 К77 **Kotler P.**
Marketing management / P. Kotler, K. L. Keller. – 14th global ed. – Boston [etc.] : Pearson Education, 2012. – 679, [227] p. pag. var.

3. 38 Б87 **Браерти Э.**
Бизнес-маркетинг = Business marketing : пер. с англ. / Э. Браерти, Р. Эклс, Р. Ридер. – Москва : ИД Гребенникова, 2007. – 732 с. – (Маркетинг и маркетинговые исследования).

4. 38 Б87 **Брассингтон Ф.**
Основы маркетинга = Essentials of marketing / Ф. Брассингтон, С. Петтитт ; пер. с англ. О.В. Теплых под науч. ред. Е.Е. Козлова. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – XVII, 732 с.

5. 38 Г59 **Годин А.М.**
Маркетинг : учебник / А.М. Годин. – Москва : Дашков и К, 2014. – 655 с. – (Учебные издания для бакалавров).

6. 38 Г62 **Голубков Е.П.**
Теория и методология маркетинга: настоящее и будущее / Е.П. Голубков. – Москва : Дело и сервис, 2008. – 207 с.

7. 38 Д62 **Дойль П.**
Маркетинг менеджмент и стратегии = Marketing management and strategy : пер. с англ. / П. Дойль, Ф. Штерн. – 4-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 542 с. – (Классический зарубежный учебник).

8. 38 К73 **Котлер Ф.**
Маркетинг 3.0 : от продуктов к потребителю и далее – к человеческой душе : пер. с англ. / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, И. Сетиаван. – Москва : ЭКСМО, 2011. – 235 с. – (Гуру менеджмента).

9. 38 К73 **Котлер Ф.**
Маркетинг менеджмент = Marketing Management / Ф. Котлер, К.Л. Келлер ; пер. с англ. С. Жильцова, М. Жильцова, Д. Раевской. – 12-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 814 с. – (Классический зарубежный учебник) (Библиотека Российской ассоциации маркетинга).

10. 38 К73 **Котлер Ф.**
Маркетинг по Котлеру: как создать, завоевать и удержать рынок : пер. с англ. / Ф. Котлер. – 4-е изд. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 293 с.

11. 38 К73 **Котлер Ф.**
Основы маркетинга = Principles of Marketing : профессиональное изд. : пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – 12-е изд. – Москва : Вильямс, 2009. – 1067 с.

12. 38 К85 **Крылова Г.Д.**
Маркетинг : учебник / Г.Д. Крылова, М.И. Соколова ; МГИМО(У) МИД РФ. – Москва : Магистр, 2011. – 492 с.

13. 38 Л22 **Ландреви Ж.**
Меркатор. Теория и практика маркетинга. В 2 т. : пер. с фр. Т. 1 / Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон. – 2-е изд. – Москва : МЦФЭР, 2007. – 663 с.

14. 38 Л22 **Ландреви Ж.**
Меркатор. Теория и практика маркетинга. В 2 т. : пер. с фр. Т. 2 / Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон. – 2-е изд. – Москва : МЦФЭР, 2007. – 511 с.

15. 38 Л61 **Липсиц И.В.**
Маркетинг для топ-менеджеров : 70 лучших идей для вашего бизнеса / Игорь Липсиц. – Москва : ЭКСМО, 2007. – 444 с. – (Профессиональные издания для бизнеса) (Книга с апгрейдом).

16. 38 М26 **Маркетинговая революция** / П.Р. Гембл [и др.] ; пер. с англ. А.А. Шамрай ; под науч. ред. И.В. Тараненко. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – XIX, 419 с.

17. 38 Н78 **Ноздрева Р.Б.**
Маркетинг : учебник / Р.Б. Ноздрева ; МГИМО МИД России. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 448 с.

18. 38 О-75 **Основы маркетинга** = Principles of Marketing : пер. с англ. / Ф. Котлер [и др.]. – 4-е изд. – Москва : Вильямс, 2010. – 1199 с.

19. 38 С60 **Соловьева Ю.Н.**
Управление маркетинговой компетентностью : учебник [для магистратуры] / Ю.Н. Соловьева ; под науч. ред. Г.Л. Багиева ; Санкт-Петербургский гос. экон. ун-т, Ин-т магистратуры, Каф. маркетинга. – Санкт-Петербург : Астерион, 2015. – 285 с.

20. 38 Т65 **Траут Д.**
Маркетинговые войны = Marketing Warfare : пер. с 20-го англ. юбил. изд. / Д. Траут, Э. Райс. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 292 с. – (Деловой бестселлер).

21. 38 Ш55 **Шив Ч.Д.**
Курс MBA по маркетингу = The Portable MBA in Marketing : пер. с англ. / Ч.Д. Шив, А.У. Хайэм. – 3-е изд. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 716 с. – (Portable MBA).

22. 338 Э40 **Экономика России: менеджмент и маркетинг.** В 2 т. Т. 1. Менеджмент / О.М. Особенков [и др.]. – Москва : тип. «Новости», 2010. – 1509 с.

23. 338 Э40 **Экономика России: менеджмент и маркетинг.** В 2 т. Т. 2. Маркетинг / О.М. Особенков [и др.]. – Москва : тип. «Новости», 2010. – 923 с.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СТРАТЕГИИ

24. 338 Р56 **Pherson K.H.**
Critical thinking for strategic intelligence / Katherine Hibbs Pherson, Randolph H. Pherson. – Los Angeles [etc.] : SAGE : CQ Press, 2013. – 329 p.

25. 659 Р92 **Pricken M.**
Creative strategies : idea management for marketing, advertising, media and design / M. Pricken. – London ; New York : Thames and Hudson, 2010. – 311 p.

26. 338 А12 **Аакер Д.**
Стратегическое рыночное управление = Strategic market management : пер. с англ. / Д. Аакер. – 7-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 495 с. – (Теория менеджмента).

27. 38 А58 **Альтшулер И.Г.**
Стратегия и маркетинг. Две стороны одной медали, или Просто о сложном / И.Г. Альтшулер ; Рос. академия нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ. – Москва : Дело, 2011. – 287 с. – (Актуальность. Компетентность. Достоверность).

28. 38 Б53 **Бест Р.**
Маркетинг от потребителя : пер. с англ. / Р. Бест ; Стокгольмская школа экономики. – 3-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 742 с. – (Книги Стокгольмской школы экономики). – Пер. изд.: Market-based management / Roger Best. – Доп. тит. л. ориг. англ.

29. 38 Г37 **Герасимов Б.И.**
Маркетинговые исследования рынка : учеб. пособие для вузов / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. – Москва : Форум, 2013. – 333 с. – (Профессиональное образование).

30. 338 Л24 **Лапыгин Ю.Н.**
Бизнес-план: стратегии и тактика развития компании : практ. пособие / Ю.Н. Лапыгин, Д.Ю. Лапыгин. – 4-е изд., испр. – Москва : Омега-Л, 2010. – 350 с. – (Организация и планирование бизнеса).

31. 338 М12 **Маграт Р.Г.**
Акулы рынка : сорок стратегических методов для ускорения роста бизнеса : пер. с англ. / Р.Г. Маграт, Я.С. Мак-Миллан. – Москва : Вильямс, 2007. – 252 с.

32. 38 М19 **Малхотра Н.К.**
Маркетинговые исследования = Marketing research : практ. руководство : пер. с англ. / Н.К. Малхотра. – 4-е изд. – Москва : Вильямс, 2007. – 1186 с. + CD-ROM.

33. 338 П31 **Петухова С.В.**
Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект / С.В. Петухова. – 2-е изд., стер. – Москва : Омега-Л, 2007. – 171 с. – (Организация и планирование бизнеса).

На конкретных примерах разъясняются принципы, порядок, методы и приемы составления основных разделов бизнес-плана: описание предприятия и продукции, анализ рынка и конкуренции, планы маркетинга, производства, инвестиций, финансовый и организационный планы.

34. 338 П33 **Пирсон Б.**
MBA в кармане: практическое руководство по развитию ключевых навыков управления : пер. с англ. / Б. Пирсон, Н. Томас. – Москва : Альпина Паблишер, 2011. – 337 с.

Книга освещает практические приемы и методы работы в развитии бизнеса и искусстве управления. Содержит главы: «Самомаркетинг» PR; Конкурентоспособная маркетинговая стратегия.

35. 338 С37 **Симон Г.**
Скрытые чемпионы 21 века : стратегии успеха неизвестных лидеров мирового рынка : спец. версия для изд. в России / Герман Симон ; пер. с англ. под науч. ред. А.Ю. Юданова ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. – Москва : КноРус, 2015. – 240 с.

36. 338 С56 **Современная практика предпринимательства** / М.И. Соколова [и др.] ; под ред. М.И. Соколовой ; МГИМО(У) МИД России. – Москва : Магистр, 2011. – 732 с. – Проект сотрудничества МГИМО-БиПи.

В книге представлены теоретические разработки и практические приемы в области принятия стратегических и тактических решений при создании бизнеса и выборе оптимальных направлений его развития. Рассмотрены вопросы информационного обеспечение предпринимательской деятельности и исследования рынков. Третью часть книги занимают «бизнес-кейсы», разработанные на примерах конкретных компаний в различных отраслях бизнеса.

37. 338 С83 **Стратегии, которые работают: подход BCG** = Perspectives on Strategy from The Boston Consulting Group : сборник статей : пер. с англ. / сост. К. Штерн, Д. Сток-мл. ; The Boston Consulting Group. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 482 с. – (Классика в хорошем переводе).

38. 38 Т51 **Токарев Б.Е.**
Маркетинговые исследования рыночных ниш инновационных продуктов / Б.Е. Токарев. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2013. – 270 с.

39. 338 Т65 **Траут Д.**
Новое позиционирование = The New Positioning : все о бизнес-стратегии № 1 в мире : пер. с англ. / Д. Траут. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 217 с. – (Деловой бестселлер).

40. 338 Т65 **Траут Д.**
Сила простоты : руководство по созданию эффективных маркетинговых стратегий / Д. Траут, С. Ривкин ; пер. с англ. Т. Мамедовой. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 197 с. – Пер. изд.: The power of simplicity / Jack Trout with Steve Rivkin.

41. 338 Т65 **Траут Д.**
Траут о стратегии = Trout on Strategy : рынок ошибок не прощает : пер. с англ. / Д. Траут. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 175 с. – (Деловой бестселлер).

42. 38 Ч-50 **Черчилль Г.А.**
Маркетинговые исследования = Basic marketing research : пер. с англ. / Г.А. Черчилль, Т.Д. Браун. – 5-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 699 с. – (Классический зарубежный учебник).

43. 38
Ш33
Шварц П.
Оценка степени удовлетворенности потребителя : как узнать, что на самом деле думают люди / П. Шварц ; пер. с англ. Е.И. Дорошенко под науч. ред. Е.Е. Козлова. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 336 с. – (Маркетинговые исследования на практике).

44. 38
Ш66
Шкардун В.Д.
Маркетинговые основы стратегического планирования : теория, методология, практика / В.Д. Шкардун. – 2-е изд. – Москва : Дело, 2007. – 375 с.

45. 38
Э41
Экстрим маркетинг: драйв, кураж и высшая математика : по материалам журнала «Секрет фирмы» / сост. А. Соловьев. – Москва : ИД «Коммерсант» , 2007. – 316 с. – (Технологии успешного бизнеса).

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

46. 659
L75
Lindstrom M.
Brandwashed : tricks companies use to manipulate our minds and persuade us to buy / M. Lindstrom. – New York : Crown Business, 2011. – 291 p.

47. 659
Б20
Балдин Е.В.
Медиапланирование : учеб. материалы / Е.В. Балдин, Д.Н. Насальский ; под общ. ред. Я.Л. Скворцова, Д.А. Коробкова, Е.В. Кустовой ; МГИМО(У) МИД России, Каф. «АДВ – маркетинговые коммуникации». – Москва : МГИМО-Университет, 2014. – 91 с.

48. 659
Б90
Букша К.С.
Управление деловой репутацией : российская и зарубежная PR-практика / К.С. Букша. – Москва : Вильямс, 2007. – 142 с. – (Практика реального бизнеса).

49. 659
Д63
Докторов Б.З.
Реклама и опросы общественного мнения в США : история зарождения, судьбы творцов / Б.З. Докторов ; Центр социального прогнозирования. – Москва : ЦСП, 2008. – 627 с.

50. 15
Д81
Дули Р.
НейроМаркетинг = BrainFluence : как влиять на подсознание потребителя / Роджер Дули ; [пер. с англ. В. Рубинчик]. – [3-е изд.]. – Минск : Попурри, 2017. – 336 с. – BrainFluence.

51. 38
З-14
Загула Дж.
Ход зеброй, или Правила маркетинговых игр для завоевания и удержания лидерства на любом рынке : пер. с англ. / Джон Загула, Ричард Тонг. – Москва : ЭКСМО, 2007. – 334 с. – (Прицельный маркетинг).

52. 38
З-25
Зальцман М.
Пусть о вас заговорят: как формировать спрос с помощью молвы : пер. с англ. / М. Зальцман, А. Мататиа, Э. О'Рейли. – Москва : Диалектика, 2007. – 215 с.

53. 338
К35
Кеннеди Г.
Договориться можно обо всем! Как добиваться максимума в любых переговорах / Г. Кеннеди ; пер. с англ. М. Вершовского. – 4-е изд. – Москва : Альпина Паблишерз, 2011. – 408 с.

54. 659 К52 **Кляйн Н.**
No Logo. Люди против брэндов : [пер. с англ.] / Н. Кляйн. – Москва : Добрая книга, 2012. – 620 с.

NO LOGO – это одновременно серьезное экономическое и культурологическое исследование, политический манифест, научная монография и увлекательное журналистское расследование. Это книга о том, почему некоторые известные и уважаемые компании становятся объектами открытой ненависти миллионов людей. О том, как брэнды внедряются в социальную сферу, колонизируют общественное пространство, приватизируют образование, науку и культуру.

Это исследование может послужить отличным пособием для маркетологов, поскольку ярко демонстрирует, что именно вызывает раздражение у людей и какими методами не стоит продвигать компанию.

55. 338 К63 **Коммуникации в бизнесе** / Е.А. Моисеенко, М.А. Чернышев, Т.Ю. Анопченко [и др.]. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. – 316 с. – (Высшее образование).

56. 659 К89 **Кузнецова И.А.**
BTL – немедийные коммуникации : учеб. материалы / И.А. Кузнецова, Е.П. Смольская, Л.С. Парамонова ; под общ. ред. Д.А. Коробкова, Я.Л. Скворцова ; МГИМО(У) МИД России, Каф. «АДВ – маркетинговые коммуникации». – Москва : МГИМО-Университет, 2014. – 66 с.

57. 15 Л33 **Лебедев А.Н.**
Личность в системе маркетинговых коммуникаций / А.Н. Лебедев, О.В. Гордякова ; Ин-т психологии РАН. – Москва : Ин-т психологии РАН, 2015. – 302 с.

58. 15 Л53 **ЛеФевер Л.**
Искусство объяснять : как сделать так, чтобы вас понимали с полуслова / Л. ЛеФевер ; пер. Г. Федотовой. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 241 с. – Пер. изд.: The art of explanation / Lee LeFever.

59. 659 М48 **Мельникова Н.А.**
Медиапланирование : стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н.А. Мельникова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2014. – 177 с.

60. 301 Н19 **Назаров М.М.**
Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации : опыт междисциплинарного исследования / М.М. Назаров, М.А. Папантиму. – Москва : Либроком, 2009. – 212 с.

61. 659 Н93 **Ньюман М.**
Креативный Прыжок = Creative Leaps : 10 уроков эффективной рекламы, на которую вдохновило агентство «Саатчи энд Саатчи» / М. Ньюман ; пер. с англ. М. Волковой. – Москва : ИД «Евро», 2007. – 395 с.

62. 659 О-35 **Овчинникова О.Г.**
Ребрендинг / О. Г. Овчинникова. – Москва : Альфа-Пресс, 2007. – 167 с.

63. 659 П16 **Панкратов Ф.Г.**
Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. – 14-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К, 2015. – 538 с.

64. 659 Р18 **Райс Э.**
Происхождение брэндов, или Естественный отбор в мире бизнеса : пер. с англ. / Э. Райс, Л. Райс. – Москва : АСТ, 2007. – 347 с. – (Бизнес для новичков и экспертов).

65. 38 Р18 **Райт Р.**
B2B-маркетинг: пошаговое руководство = Business-to-business marketing: a step-by-step guide / Р. Райт ; пер. с англ. О.В. Теплых под науч. ред. А.А. Виноградовой. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 594 с.

66. 659 Р63 **Рожков И.Я.**
Брендинг : учебник для бакалавров / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин. – Москва : Юрайт, 2013. – 331 с. – (Бакалавр. Углубленный курс).

67. 659 С25 **Связи с общественностью** : теория, практика, коммуникативные стратегии : учеб. пособие для вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. – Москва : Аспект Пресс, 2013. – 198 с.

68. 38 Т35 **Терещенко Н.Н.**
Re: Маркетинг : возможна ли практика в стиле funk? : книга для первых лиц / Н.Н. Терещенко, Е.О. Трибунская, О.И. Корень. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2007. – 270 с.

69. 659 Т65 **Траут Д.**
Позиционирование: битва за умы = Positioning: The Battle for Your Mind / Д. Траут, Э. Райс. – 20-е юбил. изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 327 с. – (Деловой бестселлер).

70. 659 Т66 **Трейси Б.**
Сила бренда: искусство выделяться из толпы конкурентов и доминировать на рынке : пер. с англ. / Б. Трейси. – Москва : СмартБук, 2008. – 74 с. – (21 ступень к успеху).

71. 659 Ч-49 **Чернатони Л. де.**
От видения бренда к оценке бренда = From Brand Vision to Brand Evaluation : стратегический процесс роста и усиления брендов / Лесли де Чернатони. – 2-е изд. – Москва : Группа ИДТ, 2007. – 309 с.

72. 659 Ш26 **Шарков Ф.И.**
Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова ; Ин-т мировых цивилизаций. – Москва : Дашков и К, 2013. – 485 с. – (Учебные издания для бакалавров).

ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА

73. 338 В85 **Brensons R.**
EJ un dari : dzives macibas / Ricards Brensons. – Riga : Zvaigzne ABC, 2008. – 83 lpp. – Tulk. no izd.: Screw it, let's do it : lesson in life / Ricard Brenson. – London : Virgin Books, 2006.

74. 38 L62 **Levinson J.C.**
Guerrilla marketing remix : [the best of guerrilla marketing] / J.C. Levinson, J. Levinson. – Irvine : Entrepreneur Press, 2011. – 464 p. – На тит. л. и обл. авт.: Jay Conrad Levinson and Jeannie Levinson.

75. 38 Г29 **Гейдж Р.**
Сетевой маркетинг: основы успеха : основные принципы развития сетевого маркетинга : пер. с англ. / Р. Гейдж. – Москва ; Санкт-Петербург : ДИЛЯ, 2011. – 91 с.

76. 38 Ж42 **Жданова Т.С.**
«Ленивый» маркетинг : принципы пассивных продаж / Т.С. Жданова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2015. – 145 с.

77. 38 И20 **Иванов Л.А.**
Книга директора по маркетингу : практ. рекомендации / Л.А. Иванов. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 208 с. – (Совет директоров).

78. 338 К55 **Кобьелл К.**
Мотивация в стиле ЭКШН: восторг заразителен : пер. с нем. / К. Кобьелл. – 6-е изд. – Москва : Альпина Паблишерз, 2011. – 189 с. – (Коротко и по делу).

Радость от работы, партнерские отношения внутри фирмы, скрупулезное планирование в сочетании со свободой принятия решений – эти идеи предлагались теоретиками менеджмента и маркетинга давно, но именно Клаус Кобьелл, ресторатор и владелец старинной гостиницы, впервые на практике последовательно воплотил их в жизнь. Уникальный новаторский метод мотивации сотрудников, используемый им, является универсальным и может быть эффективно использован в любой сфере бизнеса. Книга адресована менеджерам, руководителям и владельцам малого и среднего бизнеса, а также тем, кто только планирует открыть свое дело.

79. 38 Л36 **Левинсон Д.К.**
Партизанская креативность = Guerrilla creativity : создайте маркетинговый вирус и заразите им потребителя : пер. с англ. / Д.К. Левинсон. – Москва : ЭКСМО, 2007. – 318 с. – (Бизнес-тренинг).

80. 38 Л36 **Левинсон Д.К.**
Партизанский маркетинг : простые способы получения больших прибылей при малых затратах / Д.К. Левинсон ; пер. с англ. О. Иванова, А. Мороз. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер : ЭКСМО, 2013. – 427 с. – Пер. изд.: Guerrilla marketing / Jay Conrad Levinson.

81. 38 Л36 **Левитас А.**
Больше денег от вашего бизнеса : партизанский маркетинг в действии / А. Левитас. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 316 с.

82. 338 М13 **Маекс Д.**
Ключевые цифры : как заработать больше, используя данные, которые у вас есть / Д. Маекс ; при участии П. Брауна ; пер. с англ. П. Миронова. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 307 с. – Пер. изд.: Sexy little numbers / Dimitri Maex witx Paul Brown.

83. 38 М23 **Манн И.Б.**
Маркетинг на 100%: ремикс : как стать хорошим менеджером по маркетингу / И.Б. Манн. – 11-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 252 с.

84. 38 Н19 **Назимко А.Е.**
Событийный маркетинг : руководство для заказчиков и исполнителей / А.Е. Назимко. – Москва ; Санкт-Петербург : Вершина, 2007. – 223 с.

85. 338 П12 **Пайн Б.Дж.**
Экономика впечатлений : работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор ; пер. с англ. [и ред. Н.А. Ливинской]. – Москва : Альпина Паблишерз, 2011. – 330 с. – (Библиотека Сбербанка).

86. 38 Р36 **Рекхэм Н.**
СПИН-продажи / Н. Рекхэм ; пер. с англ. А. Масляковой. – 6-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 330 с. – Пер. изд.: SPIN-Selling / Neil Rackham.

87. 38 Р64 **Розен Э.**
Анатомия сарафанного маркетинга / Э. Розен ; пер. с англ. Н. Яцюк. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 409 с. – Пер. изд.: The anatomy of buzz revisited / Emanuel Rosen.

88. 38 Р69 **Романцов А.Н.**
Event-маркетинг : сущность и особенности организации : практ. пособие / А.Н. Романцов. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2015. – 114 с.

89. 338 С96 **Сьюэлл К.**
Клиенты на всю жизнь / К. Сьюэлл, П. Браун ; пер. с англ. М. Иванова и М. Фербера. – 15-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 229 с. – Пер. изд.: Customers for life / Carl Sewell, Paul B. Brown.

90. 38 Х85 **Хотяшева О.М.**
Инновационный маркетинг в малых и средних фирмах. Краткий курс для магистерской подготовки : учеб. пособие / О.М. Хотяшева ; МГИМО(У) МИД России. – Москва : Проспект, 2010. – 239 с. – Инновационная образовательная программа МГИМО.

Учебное пособие подготовлено для целевой аудитории, ориентированной на деятельность в секторе малого и среднего бизнеса: студентов магистратуры, уже имеющих базовые знания в области менеджмента и маркетинга; слушателей школ бизнеса и президентской программы подготовки специалистов; студентов программ второго высшего образования на базе экономических факультетов. В качестве основной задачи курса выступают формирование у слушателей инновационного управленческого мышления, основанного на понимании современной концепции управления инновационной деятельностью, и ознакомление с наиболее эффективными (для малого и среднего бизнеса) технологиями инновационного маркетинга.

Интернет-маркетинг

91. 38 В35 **Вертайм К.**
Цифровой маркетинг : как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий : [пер. с англ.] / К. Вертайм, Я. Фенвик. – Москва : Юрайт : Альпина Паблишерз, 2010. – 374 с. – Пер. изд.: DigiMarketing / Kent Wertime, Ian Fenwick. – Доп. тит. л. ориг. англ.

92. 38 З-64 **Зиссер Ю.А.**
Маркетинг on-line : как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / Ю.А. Зиссер. – Минск : Изд-во Гревцова, 2007. – 302 с. – (Бизнес от А до Я).

93. 38 К59 **Кокрум Д.**
Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты / Д. Кокрум ; пер. с англ. Л. Плостак. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 382 с. – Пер. изд.: Free marketing / Jim Cockrum.

94. 338 О-40 **Одден Л.**
Продающий контент : как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему / Ли Одден ; пер. с англ. Всеволода Иващенко. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 384 с.

95. 681 С28 **Севостьянов И.О.**
Поисковая оптимизация : практ. руководство по продвижению сайта в Интернете / И.О. Севостьянов. – 2-е изд. – Москва [и др.] : Питер, 2015. – 268 с.

Книга обобщает практический опыт ведущих российских компаний по разработке интернет-решений. Глава «Использование программного обеспечения при проведении мероприятий по поисковому маркетингу» раскрывает инструменты по продвижению сайта организации.

96. 38 С44 **Скотт Д.М.**
Новые правила маркетинга и PR : как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем : пер. с англ. / Д.М. Скотт. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишерз, 2011. – 347 с.

97. 659 С50 **Смирнов В.В.**
Прибыльная контекстная реклама : быстрый способ привлечения клиентов с помощью Яндекс.Директа / Василий Смирнов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 192 с.

98. 38 Х17 **Халилов Д.**
Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 239 с.

ОТРАСЛЕВОЙ МАРКЕТИНГ

99. 37 Н22 **Handbook on globalization and higher education** / ed. by R. King, S. Marginson, R. Naidoo. – Cheltenham ; Northampton : Edward Elgar, 2011. – XVIII, 541 p.

100. 659 S64 **Sissors J.Z.**
Advertising Media Planning / J.Z. Sissors, R.B. Baron. – 7th ed. – New York [etc.] : McGraw-Hill, 2010. – XIV, 480 p.

101. 336 Б23 **Банковское дело** : организация деятельности коммерческого банка : учебник для бакалавров / под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой ; С.-Петерб. гос. экон. ун-т. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2014. – 652 с. – (Бакалавр. Углубленный курс).

102. 338 Б24 **Баранчеев В.П.**
Управление инновациями : учебник для бакалавров / В.П. Баранчеев, Н.П. Масленникова, В.М. Мишин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2012. – 711 с. – (Бакалавр. Углубленный курс).

В главе «Маркетинг в инновационной сфере» рассматриваются проблемы изучения рынка инноваций и продвижения инновационных продуктов.

103. 659 Б48 **Бердышев С.Н.**
Рекламное агентство : с чего начать? / С.Н. Бердышев. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2013. – 164 с.

104. 338 Б75 **Боер Ф.П.**
Оценка стоимости технологий: проблемы бизнеса и финансов в мире исследований и разработок : пер. с англ. / Ф.П. Боер. – Москва : Олимп-Бизнес, 2007. – XXIV, 423 с.

105. 338 В57 **Вламис Э.**
Yahoo!: секреты самой популярной в мире интернет-компании : пер. с англ. / Э. Вламис, Б.Д. Смит. – Москва : СмартБук, 2008. – 251 с. – (Бренды, изменившие мир).

106. 338 Д14 **Дайер Д.**
Procter & Gamble. Путь к успеху : 165-летний опыт построения брендов : пер. с англ. / Д. Дайер, Ф. Далзелл, Р. Олегарио. – 3-е изд. – Москва : Альпина Паблишерз, 2010. – 524 с.

107. 656 Д83 **Дунаев О.Н.**
Продвижение транспортных услуг на мировые рынки : монография / О.Н. Дунаев, Т.В. Кулакова, Д.В. Нестерова. – Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2012. – 226 с. – (Научная мысль).

108. 796 Д94 **Дэвис Д.А.**
Эффект олимпийских игр : как спортивный маркетинг создает сильные бренды : [пер. с англ.] / Д.А. Дэвис. – 2-е изд. – Москва : Рид Медиа, 2013. – 383 с. – (Библиотека Российского международного олимпийского университета).

109. 338 З-12 **Забродин А.Ю.**
Интеллектуальные услуги в бизнесе : справ. пособие / А.Ю. Забродин. – Москва : Экономика, 2008. – 635 с.

110. 659 З-14 **Загребельная Н.С.**
Мерчандайзинг : учеб. пособие / Н.С. Загребельная ; МГИМО(У) МИД Россиига. – Москва : МГИМО-Университет, 2015. – 186 с.

111. 38 З-38 **Захарова Ю.А.**
Торговый маркетинг : эффективная организация продаж : практ. пособие / Ю.А. Захарова. – Москва : Дашков и К, 2014. – 133 с. – (Стратегия успешного бизнеса).

112. 338 И50 **Имаи Масааки.**
Гемба кайдзен : путь к снижению затрат и повышению качества : пер. с англ. / Масааки Имаи. – 8-е изд., испр. и доп. – Москва : Альпина Паблишер, 2014. – 411 с. – Пер. изд.: Gemba kaizen / Masaaki Imai. – New York [ect.] : McGraw-Hill Publ. Co., 2012.

Гемба кайдзен — это технология непрерывного совершенствования наиболее важных аспектов деятельности организации, связанных с производственными процессами и отношениями с потребителем.

Для менеджеров всех уровней, заинтересованных в поиске методов поддержания и развития долговременной конкурентоспособности своих компаний. Будет интересна не только студентам и аспирантам, занимающимся менеджментом, маркетингом, качеством, логистикой и другими актуальными подходами к ведению бизнеса, но и всем интересующимся развитием современной экономической мысли.

113. 338 К73 **Котлер Ф.**
Маркетинг. Гостеприимство. Туризм = Marketing for Hospitality and Tourism : учебник для вузов : пер. с англ. / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ, 2007. – XXVI, 1045 с. – (Зарубежный учебник).

114. 38 Л99 **Лященко В.П.**
Торговля оружием : обеспечение безопасности, внутренний контроллинг, внешний аудит, реклама, PR-деятельность / В.П. Лященко. – Москва : Экономика, 2010. – 429 с.

115. 656 М15 **Макаров В.М.**
SuperJet 100 против продвинутого ARJ21. Маркетинг региональных самолетов / В.М. Макаров. – Москва : Радуница, 2009. – 56 с.

116. 338 М15 **Мак-Дональд М.**
Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию = Marketing plans for service businesses. A complete guide : пер. с англ. / М. Мак-Дональд, Э. Пэйн. – Москва : ЭКСМО, 2009. – 445 с. – (Настольная книга специалиста).

117. 32 М42 **Медеуова Д.Т.**
Общие подходы и специфика политического маркетинга / Д.Т. Медеуова. – Москва : ИНИОН РАН, 2010. – 242 с.

118. 338 М52 **Мерриден Т.**
Nokia: секреты самой быстро растущей компании в мире : пер. с англ. / Т. Мерриден. – Москва : СмартБук, 2008. – 176 с. – (Бренды, изменившие мир).

119. 338 М91 **Мур Д.**
Преодоление пропасти : как вывести технологический продукт на массовый рынок / Д. Мур ; пер. с англ. К. Головинского. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 323 с. – (Библиотека РВК). – Пер. изд.: Crossing the chasm / Jeoffrey A. Moore.

120. 38 Н16 **Нагапетьянц Р.Н.**
Маркетинг в сфере производства и обращения : монография / Р.Н. Нагапетьянц. – Москва : ЮНИТИ, 2007. – 240 с.

121. 659 Н19 **Назайкин А.Н.**
Недвижимость. Как ее рекламировать / А.Н. Назайкин. – Москва ; Санкт-Петербург : Вершина, 2007. – 260 с.

122. 32 Н42 **Недяк И.Л.**
Политический маркетинг. Основы теории / И.Л. Недяк ; Ин-т социологии РАН. – Москва : Весь Мир, 2008. – 347 с. – (Тема).

123. 002 О-75 **Основы медиабизнеса** : учебник для студентов вузов / [Е.Л. Вартанова и др.] ; под ред. Е.Л. Вартановой. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 399 с. – (Учебник нового поколения. Для бакалавров).

В главе «Маркетинг СМИ» рассматриваются базовые методы медиапланирования, анализ и изучение рынка, разработка продуктовой, ценовой и сбытовой стратегии, продвижение СМИ на рынке.

124. (73)338 С21 **Саундерс Р.**
Dell: секреты лучшего в мире компьютерного бизнеса : пер. с англ. / Р. Саундерс. – Москва : СмартБук, 2008. – 202 с. – (Бренды, изменившие мир).

125. 336 С79 **Стефенсон Р.**
Маркетинг финансовых услуг / Р. Стефенсон ; пер. с англ. В.В. Ильина, А.В. Болдышевой ; под общ. ред. Е.В. Калугина. – Москва ; Санкт-Петербург : Вершина, 2007. – 250 с. – (Актуальность. Компетентность. Достоверность) (Библиотека маркетолога-практика).

126. 338 Ш39 **Шей Т.**
Доставляя счастье : от нуля до миллиарда: история создания выдающейся компании из первых рук / Т. Шей ; пер. с англ. С. Филина. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 302 с.

127. 338 Ш73 **Шмидт Э.**
Как работает Google : перевод с английского / Эрик Шмидт, Джонатан Розенберг, при участии Алана Игла. – Москва : ЭКСМО, 2015. – 320 с. – (Библиотека Сбербанка ; 53).

Раскрыты опыт развития компании Google, методы решения маркетинговых задач, способы внедрения инноваций; приведены реальные примеры из жизнедеятельности Google.

128. 336 Э40 **Экономика России: деньги и банки** : монография / В.А. Щегорцов [и др.]. – Москва : тип. «Новости», 2010. – 914 с.

Одна из глав книги посвящена банковскому маркетингу и его роли в условиях возрастающей конкуренции финансовых институтов. Рассмотрены стратегии банков, основанные на результатах предварительных маркетинговых исследований, способы продвижения банковских продуктов и услуг.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

129. 338 D18 **International business** : environments and operations / John D. Daniels, Lee H. Radebaugh, Daniel P. Sullivan. – 15th ed., global ed. – Boston [etc.] : Pearson, 2015. – 896 p.

130. 38 J23 **Jansson H.**
International business marketing in emerging country markets : the third wave of internationalization of firms / H. Jansson. – Cheltenham : Edward Elgar, 2007. – XXIV, 238 p.

131. 38 J23 **Jansson H.**
International business strategy in emerging country markets : the institutional network approach / H. Jansson. – Cheltenham : Edward Elgar, 2007. – XXIII, 286 p.

132. 38 Д44 **Диденко Н.И.**
Международный маркетинг. Теория и анализ конкретных ситуаций : учебник для бакалавров / Н.И. Диденко, Д.Ф. Скрипнюк ; С.-Петерб. гос. политехн. ун-т. – Москва : Юрайт, 2012. – 556 с. – (Бакалавр. Базовый курс).

133. 338 М43 **Международный бизнес: стратегии инновационного развития** : коллективная монография / под ред. И.В. Шевченко, О.В. Никулиной ; Кубанский гос. ун-т. – Краснодар : Экоинвест, 2010. – 555 с.

134. 338 М64 **Мировой рынок и инновационное развитие, пути модернизации российского сектора высоких технологий** : материалы 2-й межвуз. науч.-практ. конф., М., 30 апр. 2010 г. / ред. А.В. Свищев. – Москва : МГИМО-Университет, 2011. – 130 с.

135. 338 М69 **Михалкин В.А.**
Международный бизнес : учеб. пособие / В.А. Михалкин. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2015. – 317 с.

136. 659 Н19 **Назаров М.М.**
Зарубежные рынки телевизионной рекламы: сравнительное исследование / М.М. Назаров ; аналит. центр Видео Интернешнл. – Москва, 2011. – 361 с.

137. 38 Р32 **Ревенко Л.С.**
Конъюнктурные исследования мировых товарных рынков : учеб. пособие / Л.С. Ревенко, А.Е. Крюков ; МГИМО(У) МИД России, Каф. междунар. экон. отношений и внешнеэкон. связей. – Москва : МГИМО-Университет, 2010. – 153 с.

Учебное пособие содержит характеристику основных направлений изучения мировых товарных рынков и их детализацию в контексте изучения продукции военно-технического назначения.

Рассчитано в первую очередь на магистрантов, обучающихся по направлению «Менеджмент в области военно-технического сотрудничества и высоких технологий» в совместной магистратуре МГИМО(У) и ГК «Ростехнологии», а также может быть использовано магистрантами, обучающимися по направлениям «Экономика», «Менеджмент», студентами, аспирантами, научными сотрудниками, представителями организаций и ведомств, практическая деятельность которых связана с изучением мировых товарных рынков.

138. 38 С14 **Садченко К.В.**
Основы современного международного маркетинга / К.В. Садченко. – Москва : Дело и Сервис, 2013. – 261 с.

139. 338 С56 Современные аспекты международного бизнеса : сборник статей / МГИМО(У) МИД России, Каф. менеджмента и маркетинга ; МГИМО(У) МИД России, Каф. менеджмента и маркетинга ; под ред. Р.Б. Ноздревой. – Москва : МГИМО-Университет, 2015. – 148 с.

Указатель авторов

B

Baron R.B. 100
Brensons R. 73

C

Calder B.J. 1

D

Daniels J. 129

J

Jansson H. 130, 131

K

Keller K.L. 2
Kotler P. 2

L

Levinson J. 74
Levinson J.C. 74
Lindstrom M. 46

P

Pherson K.H. 24
Pherson R.H. 24
Pricken M. 25

R

Radebaugh L.H. 129

S

Sissors J.Z. 100
Sullivan D.P. 129

T

Tybout A.M. 1

* * * * * *
* * *

А

Аакер Д. 26
Альтшулер И.Г. 27
Армстронг Г. 11, 18

Б

Баженов Ю.К. 63
Балдин Е.В. 47

Баранчеев В.П. 102
Бердышев С.Н. 103
Бест Р. 28
Боер Ф.П. 104
Боуэн Д. 113
Браерти Э. 3
Брассингтон Ф. 4
Браун П. 89
Браун Т.Д. 42
Бузин В.Н. 72
Букша К.С. 48

В

Вартанова Е.Л. 123
Вертайм К. 91
Вламис Э. 105
Вонг В. 18
Вырковский А.В. 123

Г

Гейдж Р. 75
Гембл П.Р. 16
Герасимов Б.И. 29
Гилмор Дж.Х. 85
Годин А.М. 5
Голубков Е.П. 6
Гордякова О.В. 57

Д

Дайер Д. 106
Далзелл Ф. 106
Дементьева А.Г. 36
Диденко Н.И. 132
Дойль П. 7
Докторов Б.З. 49
Дули Р. 50
Дунаев О.Н. 107
Дэвис Д.А. 108

Ж

Жданова Т.С. 76

З

Забродин А.Ю. 109
Загребельная Н.С. 110
Загула Дж. 51
Зальцман М. 52
Захарова Ю.А. 111
Зиссер Ю.А. 92

И

Иваницкий В.Л. 123
Иванов Л.А. 77

Игла А. 127
Имаи Масааки 112

К

Картаджайя Х. 8
Келлер К.Л. 9
Кеннеди Г. 53
Кисмерешкин В.Г. 66
Кляйн Н. 54
Кобьелл К. 78
Кокрум Д. 93
Корень О.И. 68
Котлер Ф. 8, 9, 10, 11, 18, 113
Крылова Г.Д. 12
Крюков А.Е. 137
Кузнецова И.А. 56
Кулакова Т.В. 107

Л

Ландреви Ж. 13, 14
Лапыгин Д.Ю. 30
Лапыгин Ю.Н. 30
Лебедев А.Н. 57
Леви Ж. 13, 14
Левинсон Д.К. 79, 80
Левитас А. 81
ЛеФевер Л. 58
Линдон Д. 13, 14
Липсиц И.В. 15
Лященко В.П. 114

М

Маграт Р.Г. 31
Маекс Д. 82
Макаров В.М. 115
Мак-Дональд М. 116
Макеенко М.И. 123
Мак-Миллан Я.С. 31
Малхотра Н.К. 32
Манн И.Б. 83
Марселла Э. 16
Масленникова Н.П. 102
Мататиа А. 52
Медеуова Д.Т. 117
Мейкенз Д. 113
Мельникова Н.А. 59
Мерриден Т. 118
Михалкин В.А. 135
Мишин В.М. 102
Мозгов Н.Н. 29
Мур Д. 119

Н

Нагапетьянц Р.Н. 120
Назайкин А.Н. 121
Назаров М.М. 60, 136
Назимко А.Е. 84
Насальский Д.Н. 47
Недяк И.Л. 122
Нестерова Д.В. 107
Ноздрева Р.Б. 17, 139
Ньюман М. 61

О

Овчинникова О.Г. 62
Одден Л. 94
Олегарио Р. 106
О'Рейли Э. 52
Особенков О.М. 22, 23, 128

П

Пайн Б.Дж. 85
Панкратов Ф.Г. 63
Папантиму М.А. 60
Парамонова Л.С. 56
Петтитт С. 4
Петухова С.В. 33
Пирсон Б. 34
Пэйн Э. 116

Р

Райс Л. 64
Райс Э. 20, 64, 69
Райт Р. 65
Ревенко Л.С. 137
Рекхэм Н. 86
Ривкин С. 40
Ридер Р. 3
Рожков И.Я. 66
Розен Э. 87
Розенберг Д. 127
Романцов А.Н. 88
Рубинчик В. 50

С

Садченко К.В. 138
Саундерс Р. 124
Свищев А.В. 36
Севостьянов И.О. 95
Сетиаван И. 8
Симон Г. 35
Скотт Д.М. 96
Скрипнюк Д.Ф. 132
Смирнов В.В. 97

Смит Б.Д. 105
Смольская Е.П. 56
Соколова М.И. 12, 36
Соловьева Ю.Н. 19
Сондерс Д. 18
Стефенсон Р. 125
Стоун М. 16
Сьюэлл К. 89

Т

Тапп А. 16
Таран В.А. 22, 23, 128
Терещенко Н.Н. 68
Токарев Б.Е. 38
Томас Н. 34
Тонг Р. 51
Траут Д. 20, 39, 40, 41, 69
Трейси Б. 70
Трибунская Е.О. 68

Ф

Фенвик Я. 91

Х

Хайэм А.У. 21
Халилов Д. 98
Хотяшева О.М. 36, 90

Ч

Чернатони Л. де 71
Черчилль Г.А. 42

Ш

Шарков Ф.И. 72
Шахурин В.Г. 63
Шварц П. 43
Шей Т. 126
Шив Ч.Д. 21
Шкардун В.Д. 44
Шмидт Э. 127
Штерн Ф. 7

Щ

Щегорцов В.А. 22, 23, 128
Щегорцов М.В. 22, 23, 128

Э

Эклс Р. 3

Ю

Юданов А.Ю. 35

ПРЕДМЕТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

B

B2B (business-to-business) 14, 65, 92
BCG (Boston Consulting Group), компания 37

C

Common Craft, компания 58
CRM (Customer Relationship Management) 14

D

Dell, компания 124

G

Google, компания 127

M

MBA (Master of Business Administration) 21, 34
Microsoft, компания 51

N

Nokia, компания 118

P

Procter & Gamble, компания 106

S

SuperJet100, самолет 115

T

Toyota Motor Corporation, компания 112

V

Virgin Group, компания 73

Y

Yahoo, компания 105

Z

Zappos.com, компания 126

* * * * * *
* * *

A

авиакомпании 115
авиаперевозки 115

авиационная промышленность 115
авиационная техника 115
авиация 115
акционерные общества 36
аудиторская деятельность 114

Б

банки 101, 128
банковская деятельность 128
банковская система 101
банковские услуги 101
банковский маркетинг 101, 128
банковский менеджмент 128
банковское дело 101
бенчмаркинг 5, 19
бизнес 3, 16, 24, 31, 36, 40, 45, 55, 58, 65, 68, 73, 78, 80, 82, 85, 86, 93, 95, 97, 104, 105, 109, 118, 124, 129
бизнес-план 24, 30, 33, 34, 103
Болонский процесс 99
брендинг 5, 11, 28, 45, 46, 48, 51, 52, 54, 57, 61, 62, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 84, 92, 105, 106, 108, 118, 124

В

внешнеторговый договор/контракт 138
внешняя торговля 114, 138
внутренняя торговля 62, 121
военно-техническое сотрудничество 114
воздушный транспорт 115
выставки 107, 114
вычислительная техника 95
ВЭД (внешнеэкономическая деятельность) 132, 133, 135, 138

Г

глобализация 35, 99, 135
глобальное управление 99
гражданское общество 67
ГЧП (государственно-частное партнерство) 135

Д

деловая репутация 48
деловая этика 22
деловое общение 53, 58
денежное обращение 128
деньги 128
дизайн 25

И

идеология 60
имидж 60, 67, 76, 84, 89
инвестиционные проекты 107

инжиниринг 109
инновации 34, 35, 38, 66, 90, 102, 104, 109, 118, 127, 134
инновационная деятельность 7, 90, 102, 109
инновационная политика 134
инновационная продукция 38
инновационное развитие 133, 134
инновационные проекты 90, 102, 104, 134
институционализм 131
интеллектуальная собственность 38, 109
интеллектуальные услуги 109
интернационализация 99, 130
Интернет 5, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 105, 121, 124, 126, 127
интернет-маркетинг 91, 92, 93, 94, 96, 97, 98
инфляция 128
информационные ресурсы 94, 95, 96
информационные технологии 52, 91, 92, 93, 94, 95, 97, 103, 104, 105, 124, 126, 127
информация и коммуникации 63, 67, 72, 87, 136

К

кадровая политика 127
Кайдзэн 112
киберпространство 52
клиентский менеджмент 14, 28, 81, 82, 85, 87, 89
коммерческая деятельность 129, 138
коммерческие банки 101
коммуникации 96, 127
компьютер 124
компьютерные глобальные сети 95
компьютерные технологии 95, 127
конверсии 134
конкурентоспособность 29, 36, 62, 64, 85, 112, 115, 134, 138
конкуренция 35, 41
консалтинг 37
контекстная реклама 97
контракт международный 138
контроллинг 114
конференции 134
конъюнктура 137
корпоративная культура 127
корпоративная этика 36
корпоративное управление 139
корпорации 36, 118, 130, 131
креативность 24, 25, 79, 80
кредитно-денежная система 128
кредитные отношения 128
критическое мышление 24

Л

лидерство 22, 34, 35, 40, 68
логистика 112

М

малый бизнес 78, 90, 133
маркетинг 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 56, 57, 59, 61, 62, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 120, 123, 124, 125, 126, 127, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 138, 139
маркетинговые исследования 5, 13, 17, 29, 32, 38, 42, 43, 92, 121, 138
маркетинговые коммуникации 11, 23, 28, 48, 50, 52, 55, 56, 57, 58, 60, 63, 67, 69, 70, 71, 72, 84, 87, 91, 136
масс-медиа 47, 52, 100, 121, 123, 136
массовая культура 54
массовые коммуникации 60, 72
медиапланирование 47, 59, 72, 100, 121, 123
медиарынки 47, 123, 136
медиаэкономика 123
международная торговля 130, 131, 135
международное сотрудничество 134
международные компании 133
международные корпорации 133
международные молодежные движения 108
международные финансовые институты 128
международные финансовые отношения 128
международные экономические отношения 133
международный бизнес 129, 130, 131, 133, 135, 139
международный маркетинг 5, 129, 132, 138
международный менеджмент 129, 135
менеджмент 2, 7, 8, 9, 19, 20, 22, 23, 25, 26, 28, 30, 31, 34, 36, 37, 39, 40, 53, 55, 58, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86, 89, 93, 98, 102, 106, 112, 114, 116, 119, 126, 127, 129, 135, 139
мерчандайзинг 56, 57, 76, 89, 110, 111
мировая экономика 128, 129, 133, 135, 137
мировые рынки 35, 107, 114, 115, 132, 134, 136, 137, 138
мобильная связь 118
модернизация 134
мотивация (психол.) 22, 78
мягкая сила 99

Н

наукоемкие технологии 38, 115, 134
недвижимость 121
нейромаркетинг 46, 50
НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы) 35, 104, 109, 114

О

оборонная промышленность 114
образовательная политика 99
образовательный маркетинг 99
общая психология 24
общественное мнение 49, 67
общество 49

Олимпийские игры 108
оптовая торговля 11
организация спорта 108
оружие 114, 137
оценка стоимости 104

П

переговоры 53, 67
планирование 5, 17, 29, 34, 116
позиционирование 14, 69
поисковые системы 97, 105, 127
политическая реклама 60
политическая система 117
политическая философия 122
политические процессы 117, 122
политические технологии 117, 122
политический маркетинг 117, 122
политический менеджмент 117, 122
потребительский спрос 28, 29, 85
потребительское поведение 46, 50
потребление 54, 57
предпринимательство 31, 36, 73, 90, 109, 124, 126, 133, 135, 139
предприятие (фирма) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 51, 52, 53, 55, 56, 58, 61, 64, 65, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 111, 112, 113, 116, 118, 119, 120, 124, 125, 126, 127, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 138, 139
презентация 107
прибыль 80
принятие решений 17, 27, 65
прогнозирование 29
программное обеспечение 95
продажи 57, 76, 81, 86, 88, 91, 92, 110, 111
продукция 5
прямые продажи 124
психология 24, 46, 50, 53, 57, 58, 75, 78, 85
психология бизнеса 46, 50, 53, 56, 57, 58, 75, 78
психология рекламы 46, 57, 63
психология управления 56, 58

Р

реклама 13, 25, 47, 49, 50, 54, 56, 59, 61, 63, 66, 69, 72, 80, 91, 100, 103, 114, 138
рекламная деятельность 25, 47, 49, 57, 61, 63, 97, 103, 136
рекламная кампания 25, 47, 49, 59, 97, 100, 121
рекламный бизнес 61, 103, 136
риелторские услуги 121
розничная торговля 11
рынки 28
рынки вооружений 114, 137
рынки инноваций 38
рынки недвижимости 121

рынки технологий 115
рынки труда 99
рынки услуг 109, 138
рынки электромобилей 38
рыночная экономика 23, 29

С

Саатчи энд Саатчи, рекламное агентство 61
самолетостроение 115
сбыт продукции 5, 29
связи с общественностью 11, 13, 34, 48, 63, 67, 72, 96, 114
сделка 86
сетевая торговля 98, 130
сетевой маркетинг 75, 130, 131
слияния и поглощения 139
слухи 87
социальная психология 46, 50, 53, 57, 58, 75, 78, 85
социальное предпринимательство 139
социальное прогнозирование 49
социальное управление 25, 63, 67, 72, 87, 136
социальные сети 91, 94, 96, 98
социокультура 54
социология 49, 54
социология рекламы 49, 60
спортивный маркетинг 108
справочники 99, 109
сравнительный анализ 136
средний бизнес 78, 90
средства массовой информации 25, 47, 59, 72, 100, 103, 121, 123, 136
стратегический маркетинг 5, 27, 28, 74, 83
стратегический менеджмент 25, 26, 36, 120, 125, 135
стратегическое планирование 14, 24, 27, 28, 30, 44, 90, 100, 120, 125
стратегическое управление 27, 44

Т

телевидение 136
телевизионная реклама 60
ТНК (Транснациональные корпорации) 129, 133, 139
товарная политика 17
товарные знаки 5, 7, 14, 16, 54, 62, 63, 64, 65, 66, 69, 105, 118, 124
товарные рынки 29, 120, 137
торговая реклама 5, 11, 36, 46, 56, 62, 63, 66, 68, 76, 81, 85, 87, 88, 91, 110, 111, 114, 121
торговля 50, 86, 91
торговля оружием 114
транспорт 115
транспортные системы 107
транспортные услуги 107

У

университеты 99
управление активами 101
управление качеством 102, 112

управление конфликтами 22
управление персоналом 34, 103
управление портфелем 104
управление предприятием 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 34, 37, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 48, 51, 52, 53, 58, 68, 69, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86, 89, 92, 93, 96, 98, 102, 103, 104, 105, 106, 112, 118, 119, 124, 126, 127
управление спортом 108
учебная литература 5, 11, 12, 17, 18, 19, 29, 36, 47, 55, 56, 63, 66, 67, 72, 90, 100, 101, 102, 110, 113, 123, 129, 132, 135, 137

Ф

физическая культура и спорт 108
финансирование 35
финансовая отчетность 104
финансовое управление 123
финансовые кризисы 128
финансовые услуги 109, 125
финансы 125, 128

Ц

ценовая политика 17
ценообразование 5, 7, 11, 28, 29, 120, 138
цифровой маркетинг 91
цифровые технологии 91

Ч

человеческий фактор 40

Э

экономика 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 120, 121, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 137, 138, 139
экономика знаний 99
экономика недвижимости 121
экономика организации 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 50, 51, 52, 53, 55, 56, 58, 61, 64, 65, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 111, 113, 116, 118, 119, 120, 124, 125, 126, 127, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 138, 139
экономика промышленности 115
экономика социально-культурной сферы 123
экономика торговли 10, 49, 54, 56, 57, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 76, 86, 88, 110, 111, 114, 119, 121, 137, 138
экономика транспорта 107, 115
экономика туризма 113
экономическая безопасность 133

экономическая интеграция 129
экономическая психология 50, 57, 85
экономическая социология 54
экономические кризисы 128
экономическое сотрудничество 99
электронная коммерция 93, 94
электронная торговля 94, 98, 124, 126

Я

Яндекс, компания 97

Указатель географических названий

А

Австралазия 61
Азия 131
Англия 73
Аргентина 99

Б

Бразилия 136

В

Великобритания 73
Восточная Европа 131

Г

Германия 136

Е

Европа 99

И

Индия 99

К

Казахстан 117
Калифорния, штат 99
Канада 99
Китай 99
Корея, Республика 99

М

Малайзия 99
Мексика 99

Р

Российская Федерация 22, 23, 63, 97, 101, 114, 115, 128, 133, 134, 136
Россия 22, 23, 63, 97, 101, 114, 115, 128, 133, 134, 136

С

Сингапур 99
США (Соединенные Штаты Америки) 41, 49, 51, 99, 105, 106, 124, 126, 136
Сянган (Гонконг) 99

Ф

Финляндия 118

Я

Япония 112, 136