МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА ИМ. И. Г. ТЮЛИНА

РЕКЛАМА. С ЧЕГО НАЧАТЬ?

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ УКАЗАТЕЛЬ



УДК 01:659
ББК 91.9:76.006.5
Р36

Реклама. С чего начать? : библиографический указатель / Научная библиотека им. И.Г. Тюлина МГИМО МИД России. – М., 2018. – 23 с.

Библиографический указатель «Реклама. С чего начать?» подготовлен справочно-библиографическим отделом научной библиотеки. В указателе представлены книги классиков мировой рекламы, литература о планировании рекламных кампаний, технологиях и приемах повышения их эффективности, поведении потребителей и психологии рекламного воздействия, видах рекламы и каналах ее распространения.

Указатель рассчитан на студентов, аспирантов, преподавателей и специалистов, интересующихся данной проблематикой.

При составлении указателя использован электронный каталог научной библиотеки. Материал систематизирован по разделам, указанным в содержании. Внутри разделов публикации расположены в алфавитном порядке. Библиографические записи содержат шифры книгохранения библиотеки. Библиографический указатель снабжен справочным аппаратом, включающим указатель авторов, предметный указатель и указатель географических названий, в которых применяется система номерных отсылок.

Содержание

Основы рекламы 3
Медиапланирование 5
Психология рекламы 5
Политическая и социальная реклама 6
Коммерческая реклама 8
Каналы распространения рекламы 9
Технологии рекламы 11

Указатель авторов 13
Предметный указатель 18
Указатель географических названий 23

ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ

1. 659 A22 **Advertising : its role in modern marketing** / Dean M. Krugman [et al.]. – 8th ed. – Fort Worth [etc.] : The Dryden Press, 1994. – XXV, 617 p. : ill. – (The Dryden Press series in marketing). – ISBN 0-03-076752-0.

2. 38 B78 **Borden N.H.**
The economic effects of advertising / N.H. Borden. – Chicago : R.D. Irvin, 1944. – XI, 988 p.

3. 659 D26 **Davis J.J.**
Advertising Research : theory and practice / J.J. Davis. – 2nd ed. – Boston [etc.] : Prentice-Hall ; Upper Saddle River (N.J.) : Pearson Education, 2012. – XXVIII, 675 p.

4. 659 A50 **Али М.**
Практический маркетинг и паблик рилейшнз для малого бизнеса / Мои Али ; [пер. с англ. В.В. Первушина]. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Нева, 2004. – 414 с. : табл. – (Современный бизнес).

Книга призвана помочь начинающему предпринимателю разобраться в деталях маркетинговых действий. Продуманные практические советы позволят правильно научиться организовать работу по продвижению своего товара.

5. 659 Б72 **Бове К.Д.**
Современная реклама / К.Д. Бове, У.Ф. Аренс ; под ред. О.А. Феофанова ; авт. предисл. М.А. Назарушкин. – Тольятти : Довгань, 1995. – 678 с. + Иллюстрации, приложения. – (Серия изданий «IRWIN» по маркетингу).

6. 659 Г61 **Головлева Е.Л.**
Международная реклама: история и современность : монография / Е.Л. Головлева. – Москва : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, 2010. – 159 с.

7. 347 Г83 **Григорьев Д.А.**
Законы рекламы. Право для маркетинга : правовые основы рекламы в России и СНГ / Д.А. Григорьев. – Москва : Инфотропик Медиа, 2017. – 284 с.

8. 659 Д27 **Дейан А.**
Реклама = La publicite : пер. с 8-го фр. изд. / А. Дейан. – Санкт-Петербург : Нева, 2004. – 128 с.

9. 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.

10. 659 Е26 **Евстафьев В.А.**
История российской рекламы, 1991–2000 / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. – Москва : ИМА-пресс, 2002. – 367 с.

11. 38 К73 **Котлер Ф.**
Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер ; [пер. с англ. В. Кузин]. – 15-е изд. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2018. – 888 с. – (Классический зарубежный учебник). – Парал. тит. л. англ.

12. 659 М13 **Мазилкина Е.И.**
Основы рекламы : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2014. – 285 с.

13. 659 М42 **Медведева Е.В.**
Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. – 2-е изд., испр. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 278 с.

14. 659 О-36 **Огилви Д.**
Огилви о рекламе : [пер. с англ.] / Д. Огилви. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер : Эксмо, 2013. – 239 с. : ил. – Пер. изд.: Ogilvi on advertising. – Доп. тит. л. ориг. англ.

15. 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.

16. 659 П69 **Практика рекламы от ведущих мировых экспертов** : пер. с англ. / под ред. Э. Макэя. – Москва : ЭКСМО, 2009. – 415 с. – (Академия рекламы).

17. 659 Р18 **Райс Э.**
Расцвет пиара и упадок рекламы : пер. с англ. / Э. Райс, Л. Райс. – Москва : АСТ, 2004. – 312 с.

18. 659 Р41 **Репьев А.П.**
Мудрый рекламодатель / А.П. Репьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЭКСМО, 2008. – 365 с. – (Профессиональные издания для бизнеса).

19. 659 Р63 **Рожков И.Я.**
Реклама: планка для «профи» / И.Я. Рожков. – Москва : Страница, 1999. – 200 с.

20. 659 С97 **Сэндидж Ч.**
Реклама: теория и практика / Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцолл ; пер. с англ. В.Б. Бобровой ; вступ. ст. Е.М. Пеньковой ; ред. О.Г. Радынова, Ю.И. Куколев. – Москва : Прогресс, 1989. – 630 с.

21. 659 Т39 **Тивари С.**
(не)Здравый смысл рекламы / С. Тивари ; пер. с англ. под ред. С. Божук. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 299 с. – (Маркетинг для профессионалов).

22. 659 У98 **Уэллс У.**
Реклама: принципы и практика = Advertising: Principles & Practice / У. Уэллс, Д. Бернет, С. Мориарти ; пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – 3-е изд., испр. и доп. – Санкт-Петербург : Питер, 2001. – 797 с. – (Маркетинг для профессионалов).

23. 659 Ф34 **Федотова Л.Н.**
Реклама в социальном пространстве : социологические эссе / Л.Н. Федотова ; под ред. А. Гребенникова. – Москва : NCW Publisher, 1996. – 112 с.

24. 659 Х78 **Хопкинс К.**
Научная реклама = Scientific Advertising / Клод Хопкинс ; [пер. с англ. Александра Репьева]. – Москва : Eksmo education : Эксмо, 2007. – 124 с. – (Академия рекламы).

25. 659 Ч-68 **Чистова С.С.**
Прецедентные феномены в российской и американской рекламе: сопоставительное исследование : монография / С.С. Чистова ; Нижнетагильская гос. соц.-пед. академия. – Нижний Тагил, 2012. – 214 с.

26. (52)659 Ш83 **Шпаковский В.О.**
Современная японская реклама : монография / В.О. Шпаковский, Д.В. Егорова ; Пензенский гос. ун-т. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2010. – 135 с.

27. 659 Щ57 **Щепилова Г.Г.**
Основы рекламы : учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – Москва : Юрайт, 2013. – 521 с. – (Бакалавр. Базовый курс).

МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

28. 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.

29. 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.

30. 659 Н19 **Назайкин А.Н.**
Медиапланирование на 100% / А.Н. Назайкин. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 459 с. – (Бизнес на 100%).

31. 659 С40 **Сиссорс Д.З.**
Рекламное медиа-планирование : пер. с англ. / Д.З. Сиссорс, Р.Б. Бэрон. – 6-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 411 с. – (Маркетинг для профессионалов).

32. 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).

33. 659 Щ57 **Щепилов К.В.**
Медиаисследования и медиапланирование / К.В. Щепилов. – Москва : РИП-холдинг, 2005. – 221 с. – (Академия рекламы).

ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ

34. 38 К72 **Konig E.**
Reklame Psychologie, ihr gegenwartiger Stand, ihre praktische Bedeutung / E. Konig. – Munchen ; Berlin ; Oldenburg, 1924. – 206 S. : 18 Abbild.

35. 659 А47 **Алексеев А.Н.**
Приемы вовлечения : учеб. материалы / А.Н. Алексеев ; под общ. ред. Я.Л. Скворцова, Д.А. Коробкова, И.А. Колотий ; МГИМО(У) МИД России, Каф. «АДВ – маркетинговые коммуникации». – Москва : МГИМО-Университет, 2014. – 97 с.

36. 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.

37. 15 Ж72 **Жилкина М.С.**
Психология рекламы и поведение потребителей. Индивидуально-типологический подход : монография / М.С. Жилкина. – Москва : Спутник+, 2009. – 140 с.

38. 659 З-16 **Зазыкин В.Г.**
Психология в рекламе / В.Г. Зазыкин. – Москва : ДатаСтром, 1992. – 64 с.

39. 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.

40. 659 П38 **Плесси Э. дю.**
Психология рекламного влияния : как эффективно воздействовать на потребителей / Эрик дю Плесси ; [пер. с англ. С. Комаров]. – Москва [и др.] : Питер, 2007. – 271 с.

41. 15 Т65 **Трайндл А.**
Нейромаркетинг : визуализация эмоций / Арндт Трайндл ; пер. с нем. [А. Гордеева]. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 114 с. – Доп. тит. л. англ. – Пер. изд.: Neuromarketing / A. Traindl.

42. 15 Ф75 **Фоксолл Г.Р.**
Поведение потребителя : практическое руководство / Гордон Р. Фоксолл ; пер. с англ. В.С. Глаголев, И.В. Мольгун, С.М. Медведева ; глоссарий С.М. Медведевой ; науч. ред. Р.Ф. Додельцев ; МГИМО(У) МИД России. – Москва, 2000. – 235 с.

43. 659 Ш39 **Шейнов В.П.**
Эффективная реклама : секреты успеха / В.П. Шейнов. – Москва : Ось-89, 2003. – 448 с.

44. 38 Э64 **Энджел Д.Ф.**
Поведение потребителей = Consumer Behavior / Джеймс Ф. Энджел, Роджер Д. Блэкуэлл, Пол У. Миниард ; пер. с англ. Т. Принцева и др. – Санкт-Петербург : Питер, 1999. – 760 с. – (Теория и практика менеджмента).

ПОЛИТИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

45. 32 Е30 **Егорова-Гантман Е.В.**
Политическая реклама / Е.В. Егорова-Гантман, К.В. Плешаков. – 2-е изд. – Москва : Никколо-Медиа, 2002. – 237 с.

46. 32 И49 **Ильясов Ф.**
Политический маркетинг : искусство и наука побеждать на выборах / Ф. Ильясов. – Москва : ИМА-пресс, 2000. – 200 с. – (Библиотека Группы ИМА).

47. 301 И85 **Исаев С.М.**
Правительственная социальная реклама : теория и практика / С.М. Исаев. – Москва : Лист Нью, 2002. – 151 с.

48. 32 Л97 **Ляпина Т.В.**
Политическая реклама : Общественно-политическая ситуация. Маркетинговые исследования. Лидер. Массовые коммуникации. Медиапланирование. Материалы для СМИ / Т.В. Ляпина. – Киев : ВИРА-Р, 2000. – 150 с.

49. 32 М19 **Малкин Е.Б.**
Основы избирательных технологий / Е.Б. Малкин, Е.Б. Сучков ; Ин-т избирательных технологий. – 3-е изд., расшир. и доп. – Москва : Рус. панорама, 2002. – 462 с.

50. 32 М64 **Мирошниченко А.А.**
Выборы: от замысла до победы : (предвыборная кампания в российском регионе) / А.А. Мирошниченко. – Москва : Центр, 2003. – 301 с.

51. (42)32 М80 **Морозова О.Н.**
Политическая реклама в интернет-пространстве Великобритании : (на материале персональных сайтов членов парламента Великобритании) : монография / О.Н. Морозова. – Санкт-Петербург : ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2010. – 207 с.

52. 659 Н63 **Николайшвили Г.**
Социальная реклама: теория и практика : учеб. пособие для вузов / Г. Николайшвили. – Москва : Аспект Пресс, 2008. – 183 с.

53. 659 О-75 **Осояну Ю.В.**
Реализация государственных интересов в сфере социальной рекламы: конституционно-правовые основы : монография / Ю.В. Осояну ; под ред. Ю.И. Скуратова. – Воронеж : Науч. книга, 2005. – 208 с.

54. 659 Р63 **Рожков И.Я.**
Имидж России. Ресурсы. Опыт. Приоритеты / И.Я. Рожков, В.Г. Кисмерешкин. – Москва : Рипол Классик, 2008. – 366 с.

55. 32 С74 **Справочник по политическому консультированию** = The Manship School Guide to Political Communication / под ред. Д.Д. Перлматтера ; пер. с англ. О.В. Дубицкой, В.Н. Задеры [и др.]. – Москва : ИНФРА-М : Имидж-Контакт, 2002. – XXI, 329 с. – (Современные консалтинговые технологии).

56. 32 Ц85 **Цуладзе А.**
Большая манипулятивная игра / А. Цуладзе. – Москва : Алгоритм, 2000. – 332 с. – (История России. Современный взгляд).

КОММЕРЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

57. 659 Б48 **Бердышев С.Н.**
Рекламное агентство : с чего начать? / С.Н. Бердышев. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2013. – 164 с.

58. 659 Б81 **Бонд Д.**
Охота на циничного покупателя : секреты рекламы, которая преодолевает защитные барьеры / Джонатан Бонд, Ричард Киршенбаум ; [пер. с англ. В. Ярковой]. – Москва : Секрет фирмы, 2006. – 351 с. – (Выбор журнала «Секрет фирмы»).

59. 659 В84 **Всеволжский К.В.**
Правовые основы коммерческой рекламы : книга для тех, кто пробует свои силы в рекламе и хотел бы быть в них уверен / К.В. Всеволжский, В.Р. Мединский. – Москва, 1998. – 302 с.

60. 38 Ж42 **Жданова Т.С.**
«Ленивый» маркетинг : принципы пассивных продаж / Т.С. Жданова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К, 2015. – 145 с.

61. 659 К27 **Картер Г.**
Эффективная реклама : путеводитель для мелких предприятий / Г. Картер ; пер. с англ. В.Б. Боброва ; общ. ред. Е.М. Пеньковой. – Москва : Прогресс, 1991. – 280 с.

62. 659 Л17 **Лазарева В.В.**
Рекламная стратегия на примере продуктов компании «Лукойл» в Европе : учеб. пособие для вузов / В.В. Лазарева ; МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : Акад. проект : Альма Матер, 2011. – 187 с. – (Gaudeamus).

63. 659 Н19 **Назайкин А.Н.**
Недвижимость. Как ее рекламировать / А.Н. Назайкин. – Москва ; Санкт-Петербург : Вершина, 2007. – 260 с.

64. 659 Р76 **Росситер Д.Р.**
Реклама и продвижение товаров = Advertising Communications & Promotion Management / Д.Р. Росситер, Л. Перси ; пер. с англ. М. Бугаева, С. Жильцова. – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 652 с. – (Маркетинг для профессионалов).

65. 659 Ф24 **Фарбей Э.**
Эффективная рекламная кампания : руководство по стратегии, планированию и выявлению потенциального потребителя : пер. с англ. / Э. Фарбей. – 3-е изд. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. – IX, 229 с. – (Практический маркетинг).

66. 659 Ч-20 **Чармэссон Г.**
Торговая марка = The Name's the Thing : как создать имя, которое принесет миллионы / Г. Чармэссон ; [пер. с англ. Л. Корпана]. – Санкт-Петербург : Питер, 1999. – 221 с. – (Теория и практика менеджмента).

КАНАЛЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ РЕКЛАМЫ

67. 38 Б68 **Блайд Д.**
Маркетинговые коммуникации: Что? Как? И почему? : пер. с англ. / Д. Блайд. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2004. – XII, 356 с. – (Маркетинг).

68. 301 Б87 **Брайант Д.**
Основы воздействия СМИ = Fundamentals of Media Effects : пер. с англ. / Д. Брайант, С. Томпсон. – Москва : Вильямс, 2004. – 425 с.

69. 38 В35 **Вертайм К.**
Цифровой маркетинг : как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий / Кент Вертайм, Ян Фенвик ; [пер. с англ.: Е. Калугин]. – Москва : Юрайт : Альпина Паблишерз, 2010. – 374 с. – Пер. изд.: DigiMarketing / Kent Wertime, Ian Fenwick. – Доп. тит. л. ориг. англ.

70. 659 Г21 **Гартон Э.**
Паблисити: жми сюда : пер. с англ. / Э. Гартон. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 266 с. – (Маркетинг для профессионалов).

71. 002 Е26 **Евстафьев В.А.**
Журналистика и реклама: основы взаимодействия : (опыт теоретического исследования) / В.А. Евстафьев. – Москва : ИМА-пресс, 2001. – 263 с.

72. 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).

73. 38 И73 **Интернет-маркетинг и Digital-стратегии. Принципы эффективного использования** : учеб. пособие / [О.А. Кожушко и др.] ; М-во образования и науки РФ, Новосибирский нац. исслед. гос. ун-т, Компания INTELSIB. – Новосибирск : РИЦ НГУ, 2018. – 316 с.

74. 002 К67 **Корнилова К.С.**
Рекламно-справочные издания в истории российской журналистики / К.С. Корнилова. – Москва : Вест-Консалтинг, 2010. – 182 с.

75. 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.

76. 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.

77. 659 Н19 **Назаров М.М.**
Зарубежные рынки телевизионной рекламы: сравнительное исследование / М.М. Назаров ; аналит. центр Видео Интернешнл. – Москва, 2011. – 361 с.

78. 002 Н19 **Назаров М.М.**
Измерения аудитории ТВ в современной мультиэкранной среде : (практики зарубежных рынков) / М.М. Назаров. – Москва : НИПКЦ Восход-А, 2015. – 228 с.

79. 659 Р36 **Реклама и маркетинг в Интернете** : пер. с англ. / Т. Кеглер [и др.]. – Москва : Альпина Паблишер, 2003. – 630 с.

80. 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. – Доп. тит. л. ориг. англ.

81. 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.

82. 38 С20 **Сарен М.**
Маркетинг в граффити. Взгляд с улицы / Майкл Сарен ; [пер. с англ. А.М. Орешкиной]. – Москва : Технологии, 2006. – 310 с.

83. 38 С44 **Скотт Д.М.**
Новые правила маркетинга и PR : как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Дэвид Мирман Скотт ; [пер. с англ. В. Апанасик, Г. Огибин]. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишерз, 2011. – 347 с.

84. 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.

85. 002 Ф34 **Федотова Л.Н.**
Массовая информация: стратегия производства и тактика потребления / Л.Н. Федотова. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1996. – 232 с.

86. 38 Ф83 **Франкель Н.**
Event-маркетинг : все об организации и продвижении событий / Наталия Франкель, Дмитрий Румянцев. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 320 с.

87. 659 Х21 **Харрис Г.**
Пусть говорят Ваши пальцы = Let Your Fingers Do the Talking : онлайновая реклама в Интернете / Годфри Харрис ; [пер. с англ. Евгении Драгныш]. – Москва : Финансы и статистика, 2002. – 143 с.

88. 38 Х72 **Холланд Г.**
Мобильный маркетинг / Г. Холланд, К. Баммель ; пер. с нем. и общ. ред. Е.В. Калугина. – Москва ; Санкт-Петербург : Вершина, 2006. – 204 с.

89. 681 Х72 **Холмогоров В.**
Интернет-маркетинг : краткий курс / В. Холмогоров. – 2-е изд. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2002. – 271 с. – (Электронная коммерция).

90. 659 Щ57 **Щепилова Г.Г.**
Реклама в СМИ : история, технологии, классификация / Г.Г. Щепилова ; МГУ им. М.В. Ломоносова, Фак. журналистики. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2010. – 455 с.

ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ

91. 659 L75 **Lindstrom M.**
Brandwashed : tricks companies use to manipulate our minds and persuade us to buy / Martin Lindstrom. – New York : Crown Business, 2011. – XI, 291 p.

92. 659 P92 **Pricken M.**
Creative strategies : idea management for marketing, advertising, media and design / M. Pricken. – London ; New York : Thames and Hudson, 2010. – 311 p.

93. 659 Б51 **Бернадский С.Л.**
Продающие тексты : как превратить читателя в покупателя / С.Л. Бернадский. – 2-е изд. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 187 с.

94. 659 В43 **Викентьев И.Л.**
Приемы рекламы и PUBLIC RELATIONS : 215 примеров, 130 учеб. задач и 15 практических приложений. Ч. 1 / И.Л. Викентьев ; система профессиональных разработчиков, консультантов и преподавателей. – Санкт-Петербург : ТРИЗ-ШАНС, 1995. – 230 с.

95. 659 И20 **Иванова К.А.**
Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов / К.А. Иванова. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 157 с.

96. 659 К33 **Кеворков В.В.**
Слоган : практ. руководство / В.В. Кеворков. – 3-е изд., испр. – Москва : РИП-холдинг, 2005. – 154 с. – (Академия рекламы).

97. 659 К75 **Кохтев Н.Н.**
Реклама: искусство слова : рекомендации для составителей рекламных текстов / Н.Н. Кохтев. – Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1997. – 96 с.

98. 659 К89 **Кузнецов П.А.**
Копирайтинг & спичрайтинг : эффективные рекламные и PR-технологии / П.А. Кузнецов. – Москва : Дашков и К, 2015. – 258 с.

99. 38 М91 **Мур Я.**
Как сделать ваш маркетинг эффективным : пер. с англ. / Я. Мур. – Минск : Попурри, 2006. – 480 с.

100. 659 Н93 **Ньюман М.**
Креативный Прыжок = Creative Leaps : 10 уроков эффективной рекламы, на которую вдохновило агентство «Саатчи энд Саатчи» / Майкл Ньюман ; [пер. с англ. М. Волковой]. – Москва : ЕВРО, 2007. – 395 с. – Пер.: Newman, Michael Creative Leaps.

101. 659 О-83 **Открытые методики рекламы и Public Relations. Рекламное измерение** / под ред. С.В. Сычева ; Система «Триз-Шанс». – Москва : Ось-89, 2004. – 319 с. : ил. – (Креативные технологии).

102. 38 Р41 **Репьев А.П.**
Маркетинговое мышление, или Клиентомания : что отличает маркетолога от маркетингового робота? / Александр Репьев. – Москва : Эксмо : Eksmo Education, 2006. – 383 с. – (Профессиональные издания для бизнеса).

103. 659 Р95 **Рымашевская Ю.**
Рекламная бомба : рецепты копирайтинга, взрывающие рынок / Ю. Рымашевская. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 156 с. – (Бизнес-войны).

104. 659 С80 **Стил Д.**
Правда, ложь и реклама = Truth, Lies, and Advertising : пер. с англ. / Д. Стил. – Москва : Секрет фирмы, 2006. – 317 с. – (Выбор журнала «Секрет фирмы»).

105. 38 Ф31 **Фегеле З.**
Директ-маркетинг. 99 практических советов, как найти потребителя = 99 Erfolgsregeln fur Direktmarketing / Зигфрид Фегеле ; пер. с нем. Н.А. Врублевской. – 2-е изд. – Москва : Интерэксперт, 1999. – 256 с.

106. 659 Э33 **Эйтчисон Д.**
Разящая реклама : как создать самую лучшую в мире печатную рекламу брендов в XXI веке : пер. с англ. / Д. Эйтчисон. – 2-е изд. – Москва : Вильямс, 2007. – 498 с.

Указатель авторов

B

Barban A.M. 1
Borden N.H. 2

D

Davis J.J. 3
Dunn S.W. 1

K

Konig E. 34
Krugman D.M. 1

L

Lindstrom M. 91

P

Pricken M. 92

R

Reid L.N. 1

*** *** *** *** *** ***

***** ***** *****

А

Алексеев А.Н. 35
Али М. 4
Аренс У.Ф. 5

Б

Баженов Ю.К. 15
Балдин Е.В. 28
Баммель К. 88
Бердышев С.Н. 57
Бернадский С.Л. 93
Бернет Д. 22
Блайд Д. 67
Блэкуэлл Р.Д. 44
Бове К.Д. 5
Бонд Д. 58
Брайант Д. 68
Бузин В.Н. 32
Бэрон Р.Б. 31

В

Вертайм К. 69
Викентьев И.Л. 94
Всеволжский К.В. 59

Г

Гартон Э. 70
Головлева Е.Л. 6
Гордякова О.В. 39
Григорьев Д.А. 7

Д

Даулинг П. 79
Дейан А. 8
Докторов Б.З. 9
Дули Р. 36

Е

Евстафьев В.А. 10, 71
Егорова Д.В. 26
Егорова-Гантман Е.В. 45

Ж

Жданова Т.С. 60
Жилкина М.С. 37

З

Зазыкин В.Г. 38
Зиссер Ю.А. 72

И

Иванова К.А. 95
Ильясов Ф. 46
Исаев С.М. 47

К

Картер Г. 61
Кеворков В.В. 96
Кеглер Т. 79
Келлер К.Л. 11
Киршенбаум Р. 58
Кисмерешкин В.Г. 54
Корнилова К.С. 74
Котлер Ф. 11
Кохтев Н.Н. 97
Кузнецов П.А. 98
Кузнецова И.А. 75

Л

Лазарева В.В. 62
Лебедев А.Н. 39
Ляпина Т.В. 48

М

Мазилкина Е.И. 12
Малкин Е.Б. 49
Медведева Е.В. 13
Мединский В.Р. 59
Мельникова Н.А. 29
Миниард П.У. 44
Мирошниченко А.А. 50
Мориарти С. 22
Морозова О.Н. 51
Мур Я. 99

Н

Назайкин А.Н. 30, 63
Назаров М.М. 76, 77, 78
Насальский Д.Н. 28
Николайшвили Г. 52
Ньюман М. 100

О

Огилви Д. 14
Осояну Ю.В. 53

П

Панкратов Ф.Г. 15
Папантиму М.А. 76
Парамонова Л.С. 75
Пасютина Е.Э. 10
Перси Л. 64
Плесси Э. дю 40
Плешаков К.В. 45

Р

Райс Л. 17
Райс Э. 17
Репьев А.П. 18, 102
Рожков И.Я. 19, 54
Розен Э. 80
Романцов А.Н. 81
Росситер Д.Р. 64
Ротцолл К. 20
Рубинчик В. 36
Румянцев Д. 86
Рымашевская Ю. 103

С

Сарен М. 82
Сиссорс Д.З. 31
Скотт Д.М. 83
Смирнов В.В. 84
Смольская Е.П. 75
Стил Д. 104
Сучков Е.Б. 49
Сэндидж Ч. 20

Т

Тейлор Б. 79
Тестерман Д. 79
Тивари С. 21
Томпсон С. 68
Трайндл А. 41

У

Уэллс У. 22

Ф

Фарбей Э. 65
Фегеле З. 105
Федотова Л.Н. 23, 85
Фенвик Я. 69
Фоксолл Г.Р. 42
Фрайбургер В. 20
Франкель Н. 86

Х

Харрис Г. 87
Холланд Г. 88
Холмогоров В. 89
Хопкинс К. 24

Ц

Цуладзе А. 56

Ч

Чармэссон Г. 66
Чистова С.С. 25

Ш

Шарков Ф.И. 32
Шахурин В.Г. 15
Шейнов В.П. 43
Шпаковский В.О. 26

Щ

Щепилов К.В. 27, 33
Щепилова Г.Г. 27, 90

Э

Эйтчисон Д. 106
Энджел Д.Ф. 44

ПРЕДМЕТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

В

B2B (business-to-business) 72

Е

event-маркетинг 86

* * * * * *

* * *

А

авторское право 79

Б

бизнес 18, 84
бизнес-план 57
брендинг 11, 17, 21, 35, 39, 40, 54, 58, 62, 67, 72, 82, 91, 100, 102, 106

В

визуализация 41
внешняя торговля 16
внутренняя политика 46, 49, 50, 51, 56
внутренняя торговля 63, 87
восприятие (психол.) 35
востоковедение 26
выборы 47, 50, 56
вычислительная техника 79, 89

Г

газеты 74, 90
гипотеза культивации 68
Государственная Дума 56
гражданское право 7

Д

дизайн 1, 3, 92
дискурс 25
диффузия инноваций 68

Ж

журналистика 71, 74

З

защита интеллектуальной собственности 7
зонтичная реклама 7

И

идеология 76
избирательное право 50
избирательные кампании 45, 46, 47, 49, 50, 55, 56
избирательные технологии 50
имидж 4, 13, 55, 60, 76
имидж страны 54
инновации 78, 82
иностранные слова 7
интеллектуальная собственность 7
Интернет 31, 51, 63, 65, 73, 78, 79, 84, 87, 98
интернет-маркетинг 69, 72, 73, 83, 84, 89
информационная экономика 101
информационное общество 51, 98
информационное пространство 51
информационные технологии 51, 57, 69, 72, 73, 79, 82, 83, 84, 88, 89, 98, 101
информация и коммуникации 13, 14, 15, 26, 27, 32, 43, 45, 47, 52, 54, 55, 68, 76, 77, 80, 86, 93, 94, 95, 98, 101, 103
история журналистики 74

К

клиентский менеджмент 80, 98, 102
когнитивная лингвистика 25
коммерческая деятельность 61
коммуникации 48, 51, 83, 86
компьютер 79, 89
компьютерные глобальные сети 51, 79, 89
компьютерные технологии 72, 73, 79, 83, 89
конституционное право 50, 53
контекстная реклама 84
копирайтинг 93, 95, 98, 103
корпоративная культура 67
креативность 92

Л

лингвистика 25
Лукойл, компания 62

М

маркетинг 1, 4, 5, 7, 8, 9, 11, 17, 19, 21, 28, 29, 31, 36, 39, 41, 42, 44, 57, 58, 60, 61, 62, 67, 73, 75, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 86, 88, 91, 92, 99, 100, 102, 104, 105
маркетинговые исследования 4, 62, 63, 72
маркетинговые коммуникации 7, 8, 15, 21, 32, 36, 39, 58, 67, 69, 75, 76, 77, 80, 88, 102, 104
масс-медиа 1, 3, 8, 28, 30, 31, 33, 58, 63, 65, 67, 68, 70, 77, 86, 90
массовая культура 25, 82
массовое сознание 56, 68
массовые коммуникации 6, 25, 32, 76
медианасилие 68
медиапланирование 28, 29, 30, 31, 32, 33, 63, 90

медиарынки 28, 77, 78, 90
международная реклама 6, 62
международное сотрудничество 6
международный бизнес 6
межкультурные коммуникации 6
менеджмент 11, 42, 86, 92
мерчандайзинг 39, 60, 67, 75
мировые рынки 62, 77
мобильная связь 88

Н

научная реклама 24
научные исследования 3
недвижимость 63
недостоверная реклама 7
нейромаркетинг 36, 41, 91
нетворкинг 86
нефть 62

О

общественное мнение 9
общественно-политическая жизнь общества 45, 46, 49
общество 9, 27, 53
организация мероприятия 86
открытые мероприятия 86

П

печатная продукция 90
письменные коммуникации 95, 103
поведение (психол.) 41
поисковые системы 84
политика 45, 46, 48, 49, 50, 51, 55, 56
политическая жизнь 51
политическая культура 48
политическая реклама 10, 45, 46, 48, 49, 51, 54, 55, 56, 70, 76
политическая социология 45, 47
политические процессы 56
политические сайты 51
политические технологии 49, 50, 51, 52, 55, 56
политический дискурс 51
политический маркетинг 46
политическое консультирование 55
политология 51, 55
потребительский спрос 40, 41
потребительское поведение 36, 37, 41, 91
потребление 39
право 7, 50, 53
правовая защита 79
правовое регулирование 7, 53
предпринимательство 4
президентские выборы 56

продажи 39, 60, 67, 69, 72, 73, 81
психология 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 64, 91, 101
психология бизнеса 35, 36, 38, 39, 42, 44, 75, 91
психология рекламы 15, 27, 34, 35, 37, 38, 39, 40, 43, 64, 91
психология управления 35, 75

Р

радиовещание 90
реклама 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 40, 41, 43, 57, 61, 62, 68, 69, 70, 71, 73, 75, 79, 85, 86, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106
рекламная деятельность 1, 3, 6, 7, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 18, 20, 22, 23, 26, 27, 28, 30, 33, 34, 37, 39, 57, 58, 59, 65, 74, 77, 79, 84, 89, 90, 92, 96, 97, 100, 101, 104, 106
рекламная кампания 1, 6, 9, 27, 28, 29, 52, 62, 63, 65, 84, 90, 92
рекламные рынки 74
рекламный бизнес 1, 3, 6, 14, 57, 77, 78, 90, 100, 104, 106
рекламный текст 25, 93
риелторские услуги 63
розничная торговля 41
рынки недвижимости 63
рыночная экономика 23

С

Саатчи энд Саатчи, рекламное агентство 100
сбыт продукции 8, 67
связи с общественностью 4, 8, 15, 17, 21, 32, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 54, 55, 67, 70, 83, 94, 95, 98, 101
сетевая торговля 73
сетевая экономика 98
слухи 80
социальная психология 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 64, 91, 101
социальная реклама 14, 27, 47, 52, 53, 98
социальное прогнозирование 9
социальное управление 1, 3, 10, 13, 14, 23, 26, 27, 35, 43, 45, 52, 54, 55, 68, 76, 77, 80, 86, 92, 93, 94, 95, 101, 103
социально-когнитивная теория 68
социально-психологические проблемы 68
социальные сети 69, 73, 83, 86
социологические исследования 62
социология 9, 23, 27, 45, 47, 53, 62, 101
социология рекламы 9, 76
спичрайтинг 98
спонсорство 4
спортивная символика 7
справочники 55
сравнительный анализ 25, 77
средства массовой информации 5, 6, 8, 10, 14, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 52, 57, 63, 65, 70, 71, 74, 77, 78, 85, 90, 92, 93, 95, 97, 98, 101, 103, 106
стилистика 13
стратегический менеджмент 92
стратегическое планирование 31

Т

текст (лингв.) 25
телевидение 77, 78
телевизионная реклама 76, 78
телекоммуникации 90
тизерная реклама 7
товарные знаки 15, 19, 40, 66, 106
топливо 62
торговая реклама 2, 12, 14, 15, 16, 17, 22, 42, 44, 58, 59, 60, 62, 63, 64, 66, 67, 69, 70, 75, 80, 81, 87, 88, 91, 99
торговля 36, 69

У

управление персоналом 57
управление предприятием 4, 5, 11, 17, 19, 57, 67, 72, 82, 92, 102, 104, 105
учебная литература 11, 12, 15, 27, 28, 32, 35, 52, 62, 73, 75

Ц

ценообразование 90
цифровой маркетинг 69
цифровые технологии 69, 78

Э

экономика 1, 2, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 28, 34, 36, 38, 39, 41, 44, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66, 67, 69, 72, 73, 75, 80, 81, 82, 84, 86, 87, 88, 91, 92, 94, 96, 97, 99, 100, 101, 102, 104, 105
экономика недвижимости 63
экономика организации 4, 5, 8, 11, 17, 19, 21, 28, 36, 44, 57, 58, 60, 62, 64, 66, 67, 72, 75, 80, 81, 82, 83, 84, 88, 91, 92, 99, 100, 102, 104, 105
экономика торговли 1, 2, 9, 12, 15, 16, 17, 18, 20, 22, 24, 25, 34, 38, 39, 41, 58, 59, 60, 63, 66, 67, 69, 72, 73, 75, 79, 81, 86, 87, 94, 96, 97, 99, 100, 101
экономическая психология 36, 39, 41
экономическая социология 62
электронная коммерция 73, 89
эмоции (психол.) 41
эффект прайминга 68

Я

язык и стиль 95
Яндекс, компания 84

Указатель географических названий

А

Австралазия 100
Азия 6

Б

Белоруссия (Беларусь) 7
Бразилия 77

В

Великобритания 51, 61, 78

Г

Германия 77
Грузия 7

Е

Европа 6

К

Казахстан 7
Китай 7

Р

Российская империя 74
Российская Федерация 6, 7, 10, 15, 25, 50, 56, 62, 77, 84
Россия 6, 7, 10, 15, 23, 25, 46, 49, 50, 56, 59, 62, 74, 77, 84

С

СНГ (Содружество независимых государств) 7
США (Соединенные Штаты Америки) 6, 9, 25, 77, 78

У

Украина 7

Ф

Франция 78
ФРГ (Федеративная Республика Германия) 78

Я

Япония 26, 77