

Список изданий с выставки «Секреты маркетинга»

1. **Андресен, Катя**. Маркетинг для современных Робин Гудов. Применяем принципы успешных маркетинговых стратегий в реализации благотворительных программ / Катя Андресен ; [пер. с англ. О. В. Мацака под ред. Е. М. Бузниковой] .— Москва : Эксмо, 2008 .— 272 с. : ил. ; 22 см .— (Прицельный маркетинг) .— Пер. изд.: Robin Hood Marketing / K. Andresen. 2006. — Библиогр.: с. 267-270
2. **Багиев, Георгий Леонидович**. Международный маркетинг : учеб. по специальности "Маркетинг" / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеев, В. И. Черенков ; под общ. ред. Г. Л. Багиева .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2009 .— 688 с. : ил. ; 24 см .— (Учебник для вузов) .— Терминол. слов.: с. 642-675. — Библиогр.: с. 676-688 (325 назв.), библиогр. в примеч. — Допущено в качестве учебника .
3. **Беляевский, Игорь Константинович**. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие для студентов вузов / И. К. Беляевский .— Москва : Финасы и статистика, 2004 .— 320 с. : ил. ; 21 см .— Библиогр.: с. 317-319 (57 назв.). — Рекомендовано в качестве учебного пособия
4. **Беляев, Виктор Иванович**. Маркетинг: основы теории и практики : учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям и направлениям / В. И. Беляев .— Москва : КНОРУС, 2005 .— 672 с. : ил. ; 24 см .— Библиогр.: с. 665-669 (112 назв.). — Рекомендовано в качестве учебника
5. **Васильев, Геннадий Анатольевич**. Рекламный маркетинг : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама", 080111 "Маркетинг" и 080301 "Коммерция (торговое дело)" / Г. А. Васильев, В. А. Поляков .— Москва : Вузовский учебник, 2010 .— 276 с. : ил. ; 22 см .— (Вузовский учебник) .— Тираж 3000 экз. — Библиогр.: с. 267-268 (113 назв.), библиогр. в примеч. — Допущено в качестве учебного пособия
6. **Голубков, Евгений Петрович**. Основы маркетинга : Учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям / Е. П. Голубков .— 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Финпресс, 2003 .— 688 с. : ил. — Предм. указ.: с. 662-679. — Библиогр.: с. 680-681 (53 назв.).
7. **Демин, Дмитрий Игоревич**. E-mail-маркетинг. Как привлечь и удержать клиентов / Д. И. Демин .— Санкт-Петербург ; Москва ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2015 .— 208 с. : ил. — (Маркетинг для профессионалов)
8. **Дубровин, Игорь Александрович**. Маркетинговые коммуникации : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и экон. специальностям / И. А. Дубровин .— Москва : Дашков и К°, 2009 .— 580 с. ; 21 см .— Библиогр.: с. 574-577 (56 назв.), библиогр. в примеч. — Рекомендовано в качестве учебника .

9. **Душкина, Майя Рашидовна**. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология : учеб. пособие по специальности "Связи с общественностью" / М. Р. Душкина .— Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2010 .— 560 с. : ил. ; 25 см .— Тираж 1500 экз. — Слов. терминов.: с. 542-556. — Библиогр.: с. 557-560 (94 назв.). — без грифа
10. **Иванов, Антон Владимирович**. Настольная книга маркетолога / А. В. Иванов .— СПб. ; М. ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2004 .— 256 с. : ил. ; 21 см .— (Маркетинг для профессионалов) .— Библиогр.: с. 250 (5 назв.).
11. Интегрированные коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" / [О. В. Сагинова, И. И. Скоробогатых, А. Б. Цветкова и др.] ; под ред. О. В. Сагиновой .— Москва : Академия, 2014 .— 320 с. : ил. — (Высшее образование. Бакалавриат : Реклама и связи с общественностью) .— Авт. указаны на обороте тит. л. — Слов. терминов: с. 310-315. — Библиогр.: с. 316-317 (35 назв.)
12. **Ким, Сергей Алексеевич**. Маркетинг : учеб. для студентов вузов, обучающихся по гр. специальностей "Экономика и упр." / С. А. Ким .— Москва : Дашков и К°, 2010 .— 260 с. : ил. ; 21 см .— Библиогр. в конце гл. — Рекомендовано в качестве учебника .
13. **Ковальцева, Наталья**. Wow-результат. Бери и делай / Н. Ковальцева, Т. Костенкова, И. Шалагина .— Москва : Манн, Иванов и Фербер , 2012 .— 224 с., [4] л. цв. фот. : цв. фот., схемы .— Библиогр. в примеч.: с. 82-84 (12 назв.)
14. Когда маркетинг превращается в минное поле. Что делать? / [Дж. Кирби, Б. Фрайер, Пол Ф. Ньюнс и др. ; введ. Дж. Кирби ; пер. с англ. С. А. Табалиной] .— 2-е изд., стер. — Москва : Омега-Л : SmartBook, 2009 .— 160 с. ; 22 см .— (Сценарии управления) .— Авт. указаны на 6-й с. — Пер. изд.: When Marketing Becomes a Minefield. Boston, 2004.
15. **Котлер, Филип**. Десять смертных грехов маркетинга / Филип Котлер ; пер. с англ. [Т. В. Виноградовой, А. А. Чеха ; ред. М. Савина] .— Москва : Альпина Паблишерз, 2010 .— 157 с. ; 22 см .— Пер. изд.: Ten deadly marketing sins / P. Kotler. 2004. - Тираж 3000 экз. — Библиогр. в примеч.
16. **Котлер, Филип**. Маркетинг в третьем тысячелетии. Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер ; пер. с англ. В. А. Гольдича, И. А. Оганесовой ; науч. ред., авт. вступ. ст. Б. А. Соловьев .— Москва : Издательство АСТ, 2000 .— 272 с. : ил. ; 22 см .— Библиогр.: с. 105-113 (97 назв.). — Пер. изд.: с. Kotler P. Kotler on marketing. How to create, win, and dominate markets / Philip Kotler, 1999
17. **МакДональд, Малькольм**. Планы маркетинга. Как их составлять и использовать / М. МакДональд ; [пер. с англ. И. О. Касимовой] .— М. : Технологии, 2004 .— 656 с. : ил. ; 25 см .— Предм. указ.: с. 645-651. — Пер. изд.: Marketing Plans. How to Prepare Them. How to Use Them / М.

- McDonald. - Oxford [et al.], 2002
18. Маркетинг : учеб. для студентов вузов, обучающихся по направлению подгот. "Коммерция" и специальностям "Коммерция (торговое дело)", "Маркетинг", "Реклама" / [Т. Н. Парамонова, Б. Л. Немковский, И. Н. Красюк и др.] ; под ред. Т. Н. Парамоновой ; Рос. гос. торгово-экон. ун-т .— 5-е изд., стер. — Москва : КНОРУС, 2008 .— 360 с. ; 21 см .— Авт. указаны на 7-й с. — Слов. терминов: с. 348-355. — Библиогр.: с. 356-358 (49 назв.). — Рекомендовано в качестве учебника .
 19. Маркетинг : учебное пособие для магистров, аспирантов и специалистов, осуществляющих маркетинговую деятельность / [Н. Г. Каменева, В. В. Синяева, А. Г. Васильев и др.] ; [под ред. И. М. Синяевой] .— Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013 .— 384 с. : ил. — Авт. указаны на 5-й с. — Библиогр.: с. 381-382 (43 назв.), библиогр. в примеч. — ISBN 978-5-9558-0183-4
 20. Маркетинг: активные методы обучения : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / Т. Н. Парамонова, А. О. Блинов, Е. Н. Шереметьева, Г. В. Погодина .— Москва : КНОРУС, 2009 .— 416 с. : табл. ; 22 см .— Слов. основных терминов: с. 396-402. — Библиогр.: с. 403-406 (58 назв.). — Допущено в качестве учебного пособия .
 21. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 100700 "Торговое дело" : стандарт третьего поколения / [В. П. Тихомиров, Н. В. Тихомирова, Л. А. Данченко и др.] ; под общ. ред. Л. А. Данченко .— Москва [и др.] : Питер, 2013 .— 288 с. : ил. — (Учебное пособие) .— Авт. указаны на обороте тит. л. — Глоссарий: с. 268-280 .— Библиогр.: с. 281-288, библиогр. в примеч
 22. Маркетинговые показатели. Более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю / Поль У. Фэррис, Нейл Т. Бендл, Филипп И. Пфайфер, Дэвид Дж. Рейбштейн ; пер. с англ. А. А. Шамрай под науч. ред. И. В. Тараненко .— Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2009 .— 445 с. : ил. ; 22 см .— Предм. указ.: с. 443-445. — Пер. изд.: Marketing Metrics. / P. W. Farris a. o. Upper Saddle River, 2006. — Тираж 2000 экз. — Библиогр. в конце гл., библиогр.: с. 431-434.
 23. Маркетинговые стратегии роста прибыльности и стоимости бизнеса. Практика крупных российских компаний / под ред. А. А. Бравермана .— М. : Экономика, 2006 .— 319 с. : ил. ; 22 см .— (Маркетинговые и инвестиционные проекты) .— Библиогр. в примеч.
 24. Маркетинговый анализ: теория и практика : монография / И. П. Савельева, Ю. В. Астахова, Н. А. Беляев [и др.] ; под ред. И. П. Савельевой ; Юж.-Урал. гос. ун-т .— Челябинск : ЮУрГУ, 2013 .— 209 с. : ил. — (Научные школы института экономики, торговли и технологий ЮУрГУ) .— Библиогр.: с. 207-209 (45 назв.)
 25. [Ойнер, Ольга Константиновна](#). Управление результативностью маркетинга : учебник для магистров экон. направлений и

- специальностей / О. К. Ойнер ; Нац. исслед. ун-т "Высш. шк. экономики" .— Москва : Юрайт, 2012 .— 343 с. : ил. — (Учебники НИУ ВШЭ) .— Библиогр. в конце гл.
26. [О'Шонесси, Джон](#). Конкурентный маркетинг. Стратегический подход / Дж. О'Шонесси ; [пер. с англ. С. Жильцов [и др.] ; под науч. ред. Д. О. Ямпольской] .— [СПб.] : Питер, [2001] .— 857 с. : ил., табл. — (Бизнес-класс) .— Доп. тит. л. англ. — Указ.: с. 828-857
27. [Панкрухин, Александр Павлович](#). Маркетинг : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / А. П. Панкрухин ; Гильдия маркетологов .— 4-е изд., стер. — М. : Омега-Л, 2006 .— 656 с. : ил. ; 22 см .— (Высшее экономическое образование) .— Библиогр. в примеч. — Рекомендовано в качестве учебника .
28. [Пичурин, Игорь Ильич](#). Особенности промышленного маркетинга в России на этапе импортозамещения : монография / И. И. Пичурин .— Екатеринбург : УМЦ УПИ, 2015 .— 182 с. : ил. — Библиогр.: с. 180-182 (34 назв.)
29. [Разумовская, Анна Львовна](#). ПРО ДВИЖЕНИЕ. Технологии эффективного продвижения услуг / А. Л. Разумовская .— Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2009 .— 320 с. : ил. ; 21 см .— (Продажи на 100%) .— Тираж 3500 экз. — Библиогр.: с. 312-313 (18 назв.).
30. [Рыжикова, Т. Н.](#) Аналитический маркетинг. Что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080200.62 "Менеджмент" (профиль - "Маркетинг") (квалификация (степень) - "бакалавр") / Т. Н. Рыжикова .— Москва : ИНФРА-М, 2014 .— 288 с. : ил. — (Высшее образование. Бакалавриат) .— Библиогр.: с. 280-286 (166 назв.)
31. [Сейфуллаева, Маиса Эмировна](#). Международный маркетинг : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 "Маркетинг" / М. Э. Сейфуллаева .— М. : ЮНИТИ, 2004 .— 319 с. : ил. ; 21 см .— Библиогр. в конце гл., библиогр. в примеч. — Рекомендовано в качестве учебника .
32. [Секерин, Владимир Дмитриевич](#). Инновационный маркетинг : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080200 "Менеджмент" / В. Д. Секерин .— Москва : ИНФРА-М, 2012 .— 238 с. : ил. — (Высшее образование) .— Библиогр.: с. 223-235 (268 назв.), библиогр. в примеч.
33. [Синяева, И. М.](#) Маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Маркетинг" / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова .— Москва : Дашков и К°, 2007 .— 304 с. : ил. ; 21 см .— Словарь терминов: с. 281-299. — Библиогр.: с. 300-303. — Допущено в качестве учебника
34. [Стрижак, Сергей](#). Маркетинг функций вместо маркетинга товаров и

- услуг / Сергей Стрижак .— Челябинск : РИА ТОН, 2008 .— 223, [1] с. : ил. ; 22 см .— Библиогр.: с. 223 (17 назв.).
35. **Терещенко, Владимир Михайлович**. Маркетинг: новые технологии в России : Подробный путеводитель по лабиринтам российского рынка .— Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2001 .— 416 с. : ил. ; 21 см .— (Маркетинг для профессионалов) .— Библиогр.: с. 404-405 (36 назв.). Имен.указ.: с. 406. Предм. указ.: с. 406-413. Указ. торговых фирм: с. 414-415.
36. **Терещенко, Николай Николаевич**. Реальный российский маркетинг. Как теории применять на практике / Н. Н. Терещенко, Е. О. Трибунская, О. И. Корень .— Москва : Эксмо, 2009 .— 272 с. : табл. ; 21 см .— (Прицельный маркетинг)
37. **Траут, Джек**. В поисках очевидного. Как избавиться от хаоса в маркетинге и бизнес-стратегии / Джек Траут ; [пер. с англ. А. Стативки] .— Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2009 .— 272 с. ; 25 см .— (Деловой бестселлер) .— Пер. изд.: In search of the obvious. / J. Trout. 2008. — Библиогр.: с. 259-261.
38. **Траут, Джек**. Позиционирование: битва за умы : [пер. с англ.] / Джек Траут, Эл Райс .— 20-е, юбил. изд. — Москва ; Санкт-Петербург ; Нижний Новгород [и др.] : Питер, 2011 .— 336 с. : ил. ; 21 см .— (Деловой бестселлер) .— Тираж 2000 экз. — Пер. изд.: Positioning: The Battle for Your Mind. Twentieth Anniversary Edition / J. Trout, A. Ries. New York [etc.], 2001.
39. **Фатхутдинов, Раис Ахметович**. Стратегический маркетинг : Учебник для студентов вузов, обучающихся по экон. специальностям и направлениям / Р. А. Фатхутдинов .— 2-е изд., перераб. и доп. — СПб. ; М. ; Харьков ; Минск : Питер, 2002 .— 448 с. : ил. ; 22 см .— (Учебник для вузов) .— Предм. указ.: с. 432-439. — Библиогр.: с. 438-439 (18 назв.).
40. **Щербаков, Сергей Александрович**. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера / С. А. Щербаков .— Санкт-Петербург ; Москва ; Нижний новгород [и др.] : Питер, 2015 .— 256 с. : ил. — (Деловой бестселлер)