**Маркетинг в третьем тысячелетии**

Выставка в Читальном зале гуманитарной литературы ЗНБ УрФУ (июнь, 2021 г.)

1. Андресен К. Маркетинг для современных Робин Гудов. Применяем принципы успешных маркетинговых стратегий в реализации благотворительных программ / К. Андресен ; пер. с англ. О. В. Мацака ; под ред. Е. М. Бузниковой. – Москва : Эксмо, 2008. – 272 с. : ил. – (Прицельный маркетинг). – ISBN 978-5-699-23057-0.
2. Бакшт К. А. Боевые команды продаж. Продолжение бестселлера «Построение отдела продаж» / К. А. Бакшт. – 2-е изд. – Москва [и др.] : Питер, 2010. – 368 c. : ил. – (Искусство продаж). – ISBN 978-5-388-00680-6.
3. Бакшт К. А. Большие контракты / К. А. Бакшт. – Москва [и др.] : Питер, 2010. – 288 c. : ил. – (Искусство продаж). – ISBN 978-5-388-00633-2.
4. Бакшт К. А. Построение отдела продаж: с «нуля» до максимальных результатов / К. А. Бакшт. – 3-е изд. – Москва [и др.] : Питер, 2011. – 304 c. : ил. – (Искусство продаж). – ISBN 978-5-388-00679-0.
5. Бакшт К. А. Усиление продаж / К. А. Бакшт. – Москва [и др.] : Питер, 2010. – 304 с. : ил. – (Искусство продаж). – ISBN 978-5-49807-432-0.
6. Барлоу Д. Жалоба – это подарок. Как сохранить лояльность клиентов в сложных ситуациях : пер. с англ. / Д. Барлоу, К. Мёллер. – Москва : Альпина Паблишер, 2015. – 336 с. : ил. – (Библиотека Сбербанка ; т. 3). – ISBN 978-5-9614-5321-8.
7. Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики : учебник / В. И. Беляев. – Москва : Кнорус, 2005. – 672 с. : ил. – ISBN 5-947610-40-X.
8. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И. К. Беляевский. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва : Курс : ИНФРА-М, 2014. – 392 с. : ил. – (Высшее образование. Бакалавриат). – ISBN 978-5-905554-08-7. – ISBN 978-5-16-006119-1.
9. Васильев Г. А. Рекламный маркетинг : учеб. пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва : Вузовский учебник, 2010. – 276 с. : ил. – (Вузовский учебник). – ISBN 978-5-9558-0068-4.
10. Випперфюрт А. Вовлечение в бренд. Как заставить покупателя работать на компанию / А. Випперфюрт ; пер. с англ. А. Кириченко. – Москва : Коммерсантъ : Питер, 2007. – 384 с. – ISBN 978-5-91180-507-4.
11. Габинская О. С. Маркетинговые коммуникации : учеб. пособие / О. С. Габинская, Н. Д. Дмитриева. – Москва : Академия, 2010. – 240 с. – (Высшее профессиональное образование). – ISBN 978-5-7695-6453-6.
12. Григорьев М. Н. Маркетинг : учеб. пособие / М. Н. Григорьев. – Москва : Гардарики, 2006. – 366 с. : ил. – (Disciplinae). – ISBN 5-8297-0255-Х.
13. Демин Д. И. E-mail-маркетинг. Как привлечь и удержать клиентов / Д. И. Демин. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2015. – 208 с. : ил. – (Маркетинг для профессионалов). – ISBN 978-5-496-01290-4.
14. Дубровин И. А. Маркетинговые исследования : учеб. пособие / И. А. Дубровин. – Москва : Дашков и К°, 2007. – 276 с. – ISBN 978-5-9113-1309-8. – ISBN 5-91131-309-X.
15. Душкина М. Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология : учеб. пособие / М. Р. Душкина. – Москва [и др.] : Питер, 2010. – 560 с. : ил. – ISBN 978-5-49807-787-1.
16. Егоршин А. П. Маркетинг организации : учебник / А. П. Егоршин. – Москва [и др.] : Питер, 2016. – 384 с. : ил. – (Учебник для вузов. Стандарт третьего поколения). – ISBN 978-5-496-01523-3.
17. Желязны Д. Говори на языке диаграмм: пособие по визуальным коммуникациям / Д. Желязны ; пер. с англ. А. Мучника, Ю. Корнилович. – 4-е изд. – Москва : Манн, 2011. – 304 с. : ил. – ISBN 978-5-91657-166-0.
18. Загородников А. Н. Управление общественными связями в бизнесе : учебник / А. Н. Загородников ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Кнорус, 2011. – 288 с. : ил. – ISBN 978-5-406-01071-6.
19. Захарова И. В. Маркетинг в вопросах и решениях : учеб. пособие / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. – Москва : Кнорус, 2011. – 304 с. : ил. – ISBN 978-5-406-00452-4.
20. Захарова Ю. А. Продакт-менеджмент, или искусство управления товаром : практ. пособие / Ю. А. Захарова. – Москва : Дашков и К°, 2010. – 128 с. : ил. – ISBN 978-5-394-00733-0.
21. Зимин А. А. Основы концепции маркетинговых взаимодействий в интегрированных производственных системах : монография / А. А. Зимин. – Москва : Горячая линия – Телеком, 2013. – 201 с. : ил. – ISBN 978-5-9912-0314-2.
22. Кеворков В. В. Практикум по маркетингу : учебник / В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Кнорус, 2011. – 568 с. : ил. – ISBN 978-5-406-01164-5.
23. Кеворков В. В. Практикум по маркетингу : учеб. пособие / В. В. Кеворков, Д. В. Кеворков. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Кнорус, 2011. – 568 с. : ил. – ISBN 978-5-406-01164-5.
24. Ким С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. – Москва : Дашков и К°, 2010. – 260 с. : ил. – ISBN 978-5-394-00727-9.
25. Когда маркетинг превращается в минное поле. Что делать? / Д. Кирби, Б. Фрайер, П. Ф. Ньюнс [и др.] ; пер. с англ. С. А. Табалиной. – 2-е изд., стер. – Москва : Омега-Л : SmartBook, 2009. – 160 с. – (Сценарии управления). – ISBN 978-5-370-00929-7.
26. Котлер Ф. Десять смертных грехов маркетинга / Ф. Котлер ; пер. с англ. Т. В. Виноградовой [и др.]. – Москва : Альпина Паблишерз, 2010. – 157 с. – ISBN 978-5-9614-1194-2.
27. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии. Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер ; пер. с англ. В. А. Гольдича, И. А. Оганесовой ; науч. ред. Б. А. Соловьев. – Москва : АСТ, 2000. – 272 с. : ил. – ISBN 5-17-000077-4.
28. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер ; пер. с англ. Т. В. Виноградовой [и др.] ; ред. М. Суханова. – 7-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742 (дата обращения: 18.05.2021). – Режим доступа: по подписке ЭБС «Унив. б-ка online». – ISBN 978-5-9614-5016-3.
29. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль : пер. с англ. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 1999. – 896 с. – (Теория и практика менеджмента). – ISBN 0-13-261363-8.
30. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс / Ф. Котлер ; пер. с англ. Т. Виноградовой [и др.] ; под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2001. – 496 с. : ил. – (Деловой бестселлер). – ISBN 0-13-018525-6.
31. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург : Корунд : Литера-плюс, 1994. – 697 с. – ISBN 5-87672-003-8.
32. Котляревская И. В. Стратегический маркетинг : учеб. пособие / И. В. Котляревская ; науч. ред. А. Н. Головина ; Урал. гос. техн. ун-т – УПИ. – Екатеринбург : УГТУ–УПИ, 2007. – 214 с. : ил. – ISBN 978-5321-01114-0.
33. Лунева Е. А. Цифровой маркетинг : учеб. пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Прометей, 2021. – 165 с. : схем., табл., ил. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612079 (дата обращения: 18.05.2021). – Режим доступа: по подписке ЭБС «Унив. б-ка online». – ISBN 978-5-00172-088-1.
34. Маркетинговый анализ: теория и практика : монография / И. П. Савельева, Ю. В. Асташова, 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). – ISBN 978-5-696-04488-0.
35. Маркетинговые коммуникации : учебник / Т. Н. Парамонова, С. А. Калугина, В. М. Комаров [и др.] ; под ред. И. Н. Красюк. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 272 с. : ил. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-16-004956-4.
36. Маркетинговые показатели. Более 50 показателей, которые важно знать каждому руководителю / П. У. Фэррис, Н. Т. Бендл, Ф. И. Пфайфер, Д. Д. Рейбштейн ; пер. с англ. А. А. Шамрай ; под науч. ред. И. В. Тараненко. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2009. – 445 с. : ил. – ISBN 978-966-415-021-4.
37. Музыкант В. Л. Маркетинговые основы управления коммуникациями : учеб. пособие / В. Л. Музыкант. – Москва : Эксмо, 2009. – 832 с. : ил. – (Полный курс МВА). – ISBN 978-5-699-24276-4.
38. Ойнер О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник / О. К. Ойнер ; Нац. исслед. ун-т «Высш. шк. экономики». – Москва : Юрайт, 2012. – 343 с. : ил. – (Учебники НИУ ВШЭ). – ISBN 978-5-9916-1523-5.
39. Пайн Д. Б. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Б. Д. Пайн, Д. Х. Гилмор ; пер. с англ. и ред. Н. А. Ливинской. – Москва [и др.] : Вильямс, 2005. – 304 с. : ил. – ISBN 5-8459-0828-0.
40. Пайн Д. Б. Экономика впечатлений: как превратить покупку в захватывающее действие : науч.-попул. изд. / Д. Б. Пайн, Д. Х. Гилмор. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 382 с. : схем. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495619 (дата обращения: 18.05.2021). – Режим доступа: по подписке ЭБС «Унив. б-ка online». – ISBN 978-5-9614-6681-2.
41. Перминов С. М. Дистрибьюция. Стратегия и тактика управления компанией / С. М. Перминов. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2013. – 784 с. : ил. – ISBN 978-5-459-01223-1.
42. Разумовская А. Л. PRO ДВИЖЕНИЕ. Технологии эффективного продвижения услуг / А. Л. Разумовская. – Москва [и др.] : Питер, 2009. – 320 с. : ил. – (Продажи на 100%). – ISBN 978-5-388-00471-0.
43. Ромат Е. В. Реклама в системе маркетинга / Е. В. Ромат. – Киев : Студцентр, 2008. – 608 с. : ил. – ISBN 966-7530-44-2.
44. Рыжикова Т. Н. Аналитический маркетинг. Что должен знать маркетинговый аналитик : учеб. пособие / Т. Н Рыжикова. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 288 с. : ил. – (Высшее образование. Бакалавриат). – ISBN 978-5-16-005383-7.
45. Секерин В. Д. Инновационный маркетинг : учеб. пособие. – Москва : ИНФРА-М, 2012. – 238 с. : ил. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-16-004681-5.
46. Синяева И. М. Маркетинг. Теория и практика : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова ; Всерос. заоч. финансово-экон. ин-т. – Москва : Юрайт, 2011. – 652 с. : ил. – (Основы наук). – ISBN 978-5-9916-1287-6.
47. Соловьева Ю. Н. Управление маркетинговой компетентностью : учебник / Ю. Н. Соловьева ; под науч. ред. Л. Г. Багиева. – Санкт-Петербург : Астерион, 2015. – 286 с. : ил. – ISBN 978-5-00045-251-6.
48. Терещенко В. М. Маркетинг: новые технологии в России / В. М. Терещенко. – 2-е изд. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2004. – 416 с. : ил. – (Маркетинг для профессионалов). – ISBN 5-94723-769-5.
49. Терещенко Н. Н. Реальный российский маркетинг. Как теории применять на практике / Н. Н. Терещенко, Е. О. Трибунская, О. И. Корень. – Москва : Эксмо, 2009. – 272 с. : табл. – (Прицельный маркетинг). – ISBN 978-5-699-27634-9.
50. Траут Д. В поисках очевидного. Как избавиться от хаоса в маркетинге и бизнес-стратегии / Д. Траут ; пер. с англ. А. Стативки. – Москва [и др.] : Питер, 2009. – 272 с. – (Деловой бестселлер). – ISBN 978-5-388-00537-3.
51. Траут Д. Позиционирование: битва за умы : пер. с англ. / Д. Траут, Э. Райс. – Москва [и др.] : Питер, 2011. – 336 с. : ил. – (Деловой бестселлер). – ISBN 978-5-469-01636-6.
52. Тюрин Д. В. Маркетинговые исследования. Организация и проведение в компании : учебник / Д. В. Тюрин ; Нац. исслед. ун-т «Высш. шк. экономики». – Москва : Юрайт, 2013. – 342 с. : ил. – (Бакалавр. Углубленный курс). – ISBN 978-5-9916-2384-1.
53. Урясьева Т. И. Финансовые технологии в маркетинге : учеб. пособие / Т. И. Урясьева. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. – 200 с. : табл. – ISBN 978-5-9558-0296-1. – ISBN 978-5-16-006506-9.
54. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования / Г. А. Черчилль ; пер. с англ. Н. Амид [и др.] ; под общ. ред. И. В. Крылова. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2001. – 752 с. : ил. – (Маркетинг для профессионалов). – ISBN 0-03-098367-3.
55. Щербаков С. А. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера / С. А. Щербаков. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2015. – 256 с. : ил. – (Деловой бестселлер). – ISBN 978-5-496-01394-9.

Составитель Е. Л. Патракеева