

Маркетинг

тематический обзор
литературы издательства
«Юрайт»



Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468986>

В учебнике рассмотрены инновационная маркетинговая политика российских предприятий, роль и значение инноваций в маркетинге, проведение маркетинговых исследований инноваций, бизнес-моделирование как инновационный вид разработки маркетинговых стратегий, интернет-маркетинг как инновационный вид маркетинга, в том числе омникальный, инновационные технологии маркетинга в социальных сетях, вирусный и партизанский маркетинг, сенсорный, латеральный, когнитивный, социальный, экологический маркетинг, нейромаркетинг, маркетинг высокотехнологичных продуктов, инновационные направления в развитии логистических услуг.

Учебное пособие соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Для студентов магистратуры, изучающих инновационные направления маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности.



Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468861>

Книга содержит большое количество интересных практических примеров, иллюстрирующих реальную деятельность различных предприятий и организаций. Теоретическая часть дополнена обширным практикумом, что позволит студентам самостоятельно проверить и закрепить полученные знания и навыки.

Учебник соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Для студентов очной и заочной формы обучения, а также слушателей системы повышения квалификации и практических работников в сфере маркетинга и рекламы.



Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07356-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468861>

В учебнике изложены теоретические основы маркетинга гостиничного предприятия. Рассматриваются важнейшие вопросы дисциплины: туристский продукт, привлечение клиентуры на основе структурного подхода к маркетингу, маркетинг и конкурентоспособность, повышение эффективности продаж.

Книга поможет проанализировать изменения, происходящие на российском и международном рынках гостиничных услуг, приобрести навыки и знания, необходимые для такой оценки, для анализа клиентской базы, досконального и всестороннего изучения компонентов гостиничного продукта и разработки стратегий, нацеленных на обеспечение эффективного результата маркетинга.



Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484237>

Книга содержит большое количество интересных практических примеров, иллюстрирующих реальную деятельность различных предприятий и организаций. Теоретическая часть дополнена обширным практикумом, что позволит студентам самостоятельно проверить и закрепить полученные знания и навыки.

Учебник соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Для студентов очной и заочной формы обучения, а также слушателей системы повышения квалификации и практических работников в сфере маркетинга и рекламы.



Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга : учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468557>

В учебнике всесторонне исследованы аспекты управления результативностью бизнеса компании, а также роль маркетинга в его обеспечении. Широко освещен отечественный и зарубежный опыт формирования моделей маркетинговой продуктивности и систем оценки результативности маркетинга. Подробно изложены принципы привлечения и удержания клиентов и вопросы развития отношений с ними, анализ клиентской базы.

В издание включено большое количество практических примеров и заданий для контроля знаний. Учебник является частью программы подготовки маркетологов Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», которую Гильдия маркетологов неоднократно признавала лучшей в стране.



Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468895>

В учебнике раскрываются понятие и сущность маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Подробно описываются различные методы сбора и анализа маркетинговой информации, проблемы их применения демонстрируются на конкретных примерах из реальной практики исследований.

Книга содержит большое количество примеров из отечественного и зарубежного опыта исследований, а также личного опыта автора. Особое внимание уделено таким направлениям маркетинговых исследований, как конкурентный анализ, сегментирование рынка, оценка спроса. Для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям.



Масалова, Ю. А. Маркетинг персонала : учебное пособие для вузов / Ю. А. Масалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14616-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487362>

В книге представлен комплексный материал по дисциплине «Маркетинг персонала». Рассмотрены соотношение стратегии организации и маркетинговых концепций в сфере персонала; процессы и инструменты, обеспечивающие реализацию маркетинговой деятельности в области персонала; функции маркетинга персонала (информационная, коммуникативная, ценовая) и формирование лояльности, а также вопросы, связанные с управлением брендом работодателя. Соответствует актуальным требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Учебник предназначен для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Управление персоналом» и «Менеджмент», а также для преподавателей высших учебных заведений, руководителей организаций и специалистов в области управления персоналом, реализующих на практике маркетинговый подход в работе с людьми.



Маркетинг территорий : учебник для вузов / А. А. Угрюмова [и др.] ; под общей редакцией А. А. Угрюмовой, М. В. Савельевой, Е. В. Ерохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 446 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14967-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/485736>

Что такое маркетинг территорий? Каким образом он может помочь в усилении их конкурентоспособности? Как привлечь внимание инвесторов, бизнесменов и других заинтересованных сторон к территории? Как создать привлекательный имидж территорий, сформировать их бренды? Какие инструменты и технологии маркетинга территорий могут помочь в достижении целей их развития?

На эти и многие другие вопросы отвечает данный учебник. Издание будет полезно не только студентам, преподавателям, но также и государственным служащим, и бизнесменам, успех деятельности которых во многом связан с развитием конкретных территорий.



Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473367>

В книге рассматриваются вопросы маркетингового анализа — создание маркетинговой аналитической системы, разработка информационной базы бизнеса, методы анализа качественных и количественных показателей.

В учебном пособии даются практические рекомендации по осуществлению различных видов деятельности для развития бизнеса, приводятся практические примеры. Для лучшего усвоения курса в достаточном объеме представлен иллюстративный материал.



Фомичев, В. И. Выставочное дело : учебник для вузов / В. И. Фомичев. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12657-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/447954>

Книга поможет студентам разобраться в различных аспектах выставочного дела. Выставка рассматривается в данном курсе как бизнес-проект, инструмент маркетинговых коммуникаций, отдельно рассмотрена художественная выставка. Автор уделяет особое внимание практическим рекомендациям по подготовке к выставке и работе в стендовой команде.

Работа с учебником предполагает посещение реальных выставок. Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. Предназначено для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Выставочное дело».

