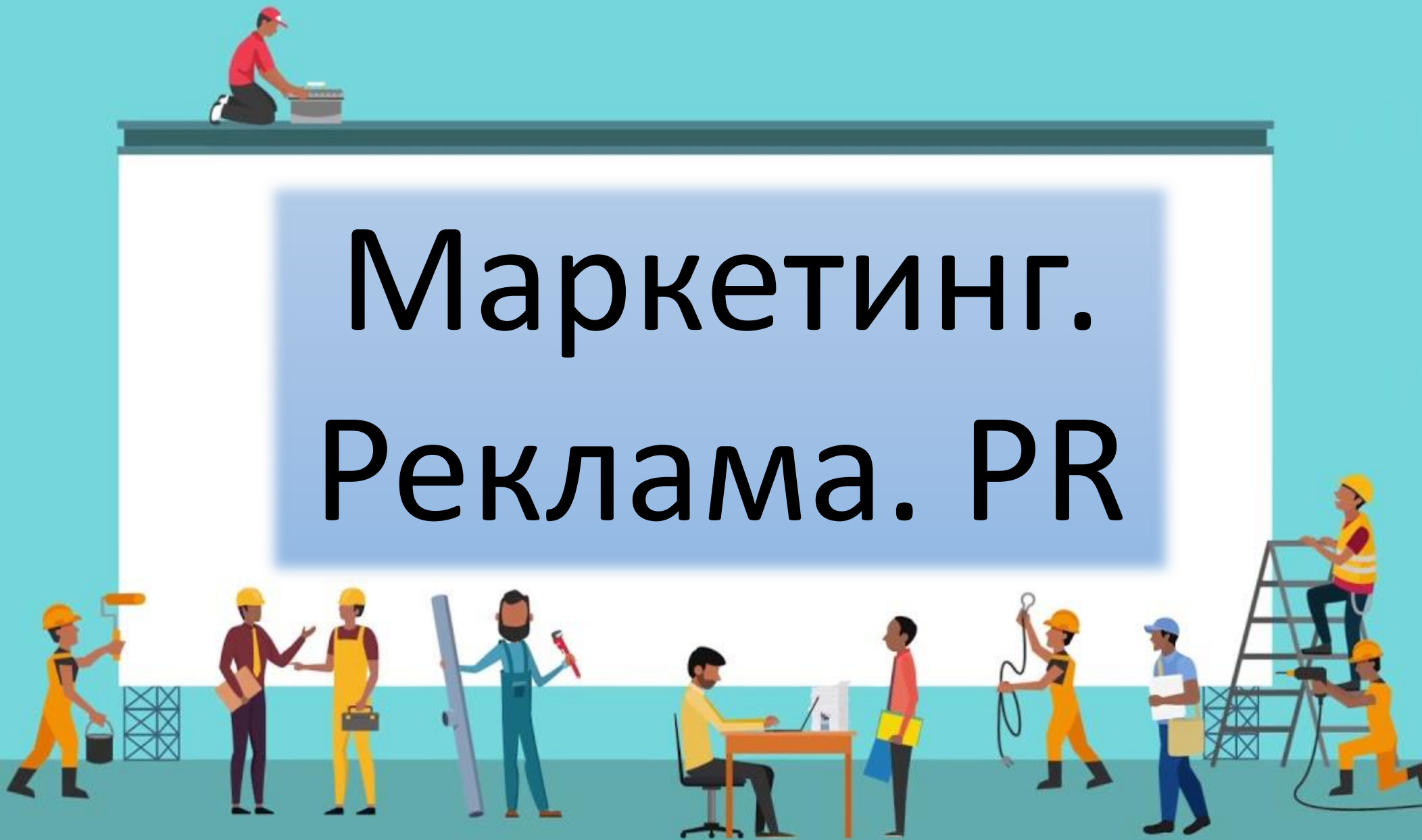
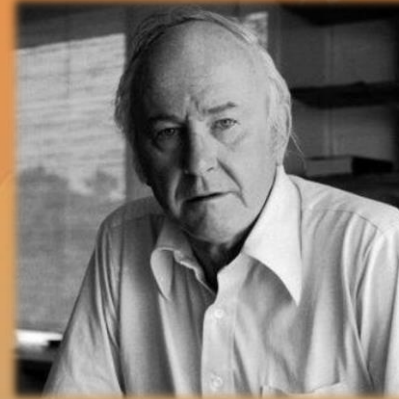


Маркетинг. Реклама. PR



Реклама — есть искусство целиться в голову, чтобы попасть в карман.

Ванс Пакард



Иные рождаются великими, другие достигают величия, а третьи нанимают специалистов по связям с общественностью.

Дэниэл Бурстин

Контент-маркетинг похож на первое свидание. Если вы будете говорить только о себе, второго не будет.

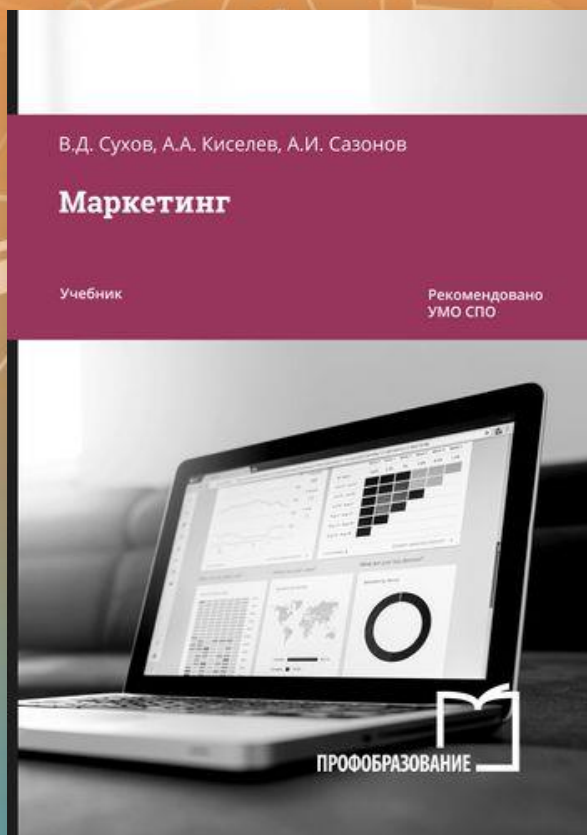
Дэвид Биб





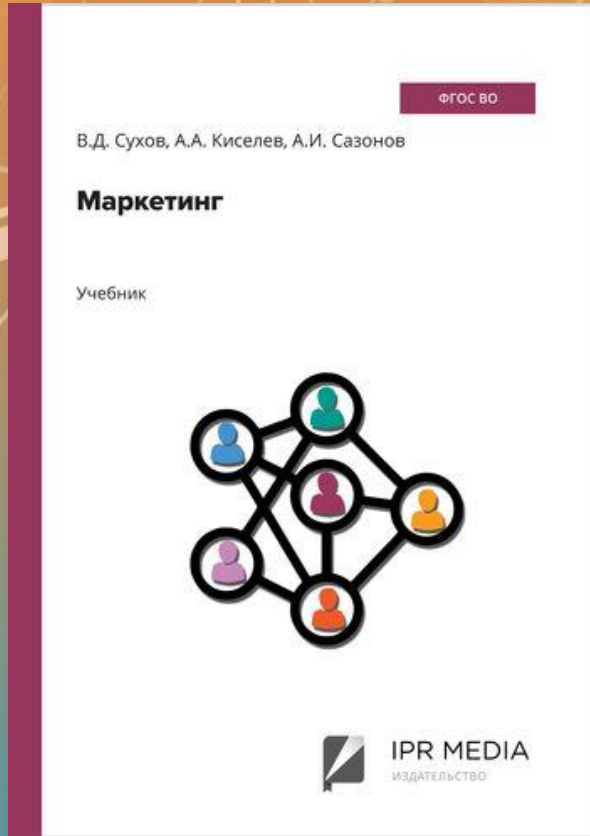
IPR SMART //
IPR BOOKS
весь контент ЭБС на новой платформе

Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119290.html>



В учебнике рассмотрены особенности применения маркетинга, методы товарной, ценовой и распределительной политики, а также инструменты продвижения товаров и услуг на рынок. Показаны современные концепции маркетинга, методы маркетингового управления, обозначены особенности маркетинга по видам рынков, а также система методов сбора маркетинговой информации и ее анализа в соответствии с задачами маркетингового управления. Особое внимание уделено современным технологиям разработки бизнес-моделей, определения потребительской ценности, бенчмаркинга, составления функциональных карт и других инструментов повышения конкурентоспособности бизнеса на базе средств маркетинга. Издание подготовлено с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования. Учебник предназначен для студентов всех профессий и специальностей, учебными планами которых предусмотрено изучение дисциплин «Маркетинг», «Основы маркетинга».

Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html>



В учебнике подробно изложены теоретические и практические вопросы маркетинга, его современное понимание, особенности применения, методы товарной, ценовой и распределительной политики, а также инструменты продвижения товаров и услуг на рынок. Рассмотрены современные концепции маркетинга как основы существования предприятий на рынке, освещены методы маркетингового управления, обозначены особенности маркетинга по видам рынков, а также система методов сбора маркетинговой информации и ее анализа в соответствии с задачами маркетингового управления. Особое внимание уделено современным технологиям разработки бизнес-моделей, определения потребительской ценности, бенчмаркинга, составления функциональных карт и других инструментов повышения конкурентоспособности бизнеса на базе средств маркетинга. Теоретическая часть дополнена контрольными вопросами и тестами, что позволит студентам самостоятельно проверить и закрепить полученные знания и навыки. При подготовке учебника авторами использован отечественный и зарубежный опыт, накопленный в сфере маркетинга.



Медведева, Е. И. Мифодизайн в рекламе технических инноваций : учебное пособие / Е. И. Медведева. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 127 с. — ISBN 978-5-4487-0766-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102240.html>

Учебное пособие содержит новый подход к изучению коммуникативных механизмов мифа в рекламе техники, что позволяет проследить не только экономические цели его использования, но и культурный потенциал. Рассмотрение данного материала особенно актуально в контексте цифровизации и возрастающего влияния гаджетов на сознание пользователей. В первых двух главах издания исследована специфика использования мифов в рекламе продуктов научно-технической сферы и неоднозначность его влияния на общественные настроения. В третьей главе изложены методы, процедуры и результаты анализа применения технологии мифодизайна более чем в 100 видеороликах рекламы инноваций. Данный раздел может служить примером для проведения как научных, так и рекламных исследований по широкому кругу тем.

Ягодкина, М. В. Язык рекламы как средство формирования виртуальной реальности : монография / М. В. Ягодкина. — Саратов : Вузовское образование, 2021. — 147 с. — ISBN 978-5-4487-0771-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/103446.html>

М.В. Ягодкина

Язык рекламы как средство формирования виртуальной реальности

Монография



Монография посвящена исследованию языка рекламы как многогранного системного явления, концептуального фрагмента современной вербальной реальности. Семиотический подход к языку рекламы позволяет в полной мере раскрыть особенности воздействия рекламного сообщения на сознание человека и подробно рассмотреть механизмы такого явления, как формирование виртуальности посредством языка рекламы. Издание рассчитано на широкий круг читателей и может быть полезно студентам лингвистических направлений подготовки, магистрантам и аспирантам, а также лингвистам и филологам, интересующимся вопросами языка рекламы, копирайтерам и специалистам рекламной сферы деятельности.



Чилинбир, Е. Ю. Российский пиар как гипертекст. Исторические и социокультурные аспекты : монография / Е. Ю. Чилинбир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 117 с. — ISBN 978-5-4497-0575-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95337.html>

Монография посвящена исследованию пиара в тесной взаимосвязи с этикой и культурой предпринимательства. Пиар рассматривается как гипертекст, пронизывающий все культурные слои общества. Отдельная глава посвящена этапам развития public relations в США, где он также сопоставляется с этическими ценностями американского общества. Особое внимание уделено исследованию связей с общественностью на различных исторических этапах России: в дореволюционный, советский и современный период.

Глазова, Л. Зачем пиарщику линейка? Советы по измерению коммуникаций / Л. Глазова ; под редакцией И. Шестакова, Е. Ермолаевой. — Москва : Альпина ПРО, 2021. — 168 с. — ISBN 978-5-907394-94-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119594.html>



Книга Лилии Глазовой — сборник советов для начинающих и опытных PR-менеджеров, диджитал-специалистов, медиааналитиков, а также людей, профессионально не связанных с медиа, но желающих разобраться в том, как они работают. Будучи признанным экспертом в своей области, автор помогает читателям разобраться в том, какие исследования и когда проводить, как мониторить СМИ, выбирать подходящий KPI, анализировать эффективность коротких и длинных PR-кампаний и спонсорских проектов, как представлять результаты руководству. Книга раскрывает секреты, способные оказать серьезное влияние на результат работы диджитальщиков, и снабжена историями, практическими инструментами и наблюдениями из практики, с которой ежедневно сталкиваются пиарщики-коммуникаторы. Рассчитана на экспертов разных отраслей, руководителей, предпринимателей, молодых специалистов и студентов.



Юрайт

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ

ПЛАТФОРМА

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489171>

В издании подробно рассматриваются теоретические и практические вопросы маркетинга, его современное понимание и особенности применения, методы анализа внешней среды предприятия, оценки привлекательности рынков, конкурентоспособности товаров и фирмы, эффективности различных маркетинговых мероприятий. Учебник содержит большое количество интересных примеров, иллюстрирующих реальную деятельность различных предприятий и организаций. Теоретическая часть дополнена обширным практикумом по каждому разделу, содержащим разнообразные задания — контрольные вопросы, ситуационные задания, тесты, кейсы, что позволит студентам самостоятельно проверить и закрепить полученные знания и навыки. Учебник предназначен для подготовки студентов, обучающихся по программе академического бакалавриата, однако изложенный в нем материал может быть также полезен магистрам, аспирантам, преподавателям маркетинговых дисциплин, учащимся курсов повышения квалификации и специалистам-практикам.



Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491625>

Курс 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. Соответствует актуальным требованиям Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования и профессиональным требованиям. Для студентов очной и заочной формы обучения, а также слушателей системы повышения квалификации и практических работников в сфере маркетинга и рекламы.



Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489371>

Автор анализирует рекламную деятельность так, чтобы у студента сформировались системные представления о рекламе: как социальном институте, существование которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации; как информационном производстве; как деятельности, неразрывно связанной с реальным социумом. В книге рассматриваются проблемы политической и социальной рекламы. Для наглядности издание снабжено таблицами, иллюстрациями и примерами из практики. Учебник содержит также вопросы для самоконтроля, кейсы и приложение с перечнем основных законодательных актов, регулирующих рекламную деятельность в ряде регионов и стран.



Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489829>

В учебнике представлена история развития рекламы от древних времен до современности, анализируется место рекламы в коммуникационной политике и международном бизнесе, дается характеристика видов, средств и направлений распространения рекламы, оценивается роль рекламных служб, приводится последовательное планирование рекламной кампании. Учебный материал построен по принципу последовательного изучения современных форм и средств рекламы. Основная цель издания помочь в формировании теоретических и прикладных знаний, умений и навыков в области рекламной деятельности на российских и международных рынках. В учебнике приведены контрольные вопросы и задания, тесты и задачи, которые помогут лучше понять и усвоить теоретический материал.



Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492279>

Пособие представляет собой системное изложение курса «Теория и практика связей с общественностью», который занимает ведущее место в профессиональной подготовке бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью». После каждой главы приведен перечень контрольных вопросов для самоконтроля усвоения учебного материала. В приложения пособия включены квалификационные характеристики сотрудников подразделений по связям с общественностью, важнейшие нормативные документы профессиональных организаций, а также глоссарий.



Фадеева, Е. Н. Связи с общественностью : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Н. Фадеева, А. В. Сафронов, М. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 263 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13311-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497485>

Курс уникален. Его авторами стали ведущие эксперты-практики в сфере коммуникаций, имеющие многолетний российский и международный опыт. В курсе раскрываются профессиональные секреты современных специалистов в области PR, которыми делятся CEO и топ-менеджеры известных компаний. Такой подход позволяет наиболее полно рассказать об основных направлениях PR-деятельности с разных точек зрения. Авторы курса не ставили перед собой задачи разработать новую теорию или составить экскурс в историю коммуникаций, но постарались ознакомить читателя с основными понятиями и моделями коммуникаций, а также показать, как и где современная практика использует существующие коммуникационные теории.

