

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное Государственное бюджетное учреждение высшего профессионального образования
«Петербургский государственный университет путей сообщения»
(ФГБОУ ВПО ПГУПС)

Научно-техническая библиотека
Научно-библиографический отдел

Маркетинговые коммуникации

Библиографический список

17 названий
Составитель:
Никифорова Е. К.

Санкт-Петербург
2012

Предисловие

Библиографический список основан на книгах и журналах, имеющихся в библиотеке ПГУПС.

Список составлен в соответствии с ГОСТ 7.1 – 2003 «Межгосударственный стандарт. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления. »

1. Беляев, Виктор Иванович.
Маркетинг: основы теории и практики : учебник для вузов / В. И. Беляев. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : КноРус, 2010. - 676 с. : ил. - Библиогр.: с. 672-676
2. Бернет, Джон.
Маркетинговые коммуникации : Пер. с англ. / Дж. Бернет, С. Мориарти. - СПб. ; М. ; Харьков : Питер , 2001. - 860 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов)
3. Ботнарюк, М. В.
Влияние специфики деятельности морских компаний на выбор маркетинговых коммуникаций / М. В. Ботнарюк // Маркетинг в России и за рубежом - 2011г. - N 3. - С.42-50
4. Голубкова Е. Н.
Маркетинговые коммуникации : научное издание / Е. Н. Голубкова. - М. : Финпресс, 2000. - 256 с. : ил. - (Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом)
5. Душкина М. Р.
Модели коммуникативного воздействия в маркетинге / М. Р. Душкина // Маркетинг в России и за рубежом. - 2010. - N 4. - С. 67-73
6. Котлер, Филип.
Основы маркетинга : крат. курс / Ф. Котлер . - М. ; СПб. ; Киев : Вильямс, 2010. - 646 с.
7. Основы маркетинга : учебное пособие / ред. Г. А. Васильев. - М. : ЮНИТИ, 2005. - 543 с
8. Пашутин, С. В. Использование product placement в маркетинговых коммуникациях / С. В. Пашутин // Маркетинг в России и за рубежом. - 2010г. - N 5. - С.98-113
9. Петербургский государственный университет путей сообщения.
Каф. "Менеджмент и маркетинг" .
Маркетинговые коммуникации : учебно-методический комплекс / ПГУПС. - 2009

10. Рукавишников А.
Как увеличить продажи?: интеллектуальный маркетинг / А. Рукавишников. - М. : ЭКСМО, 2010. - 318 с. : ил. - (Академия продаж)
11. Рукавишников А. В.
Маркетинговые коммуникации и рекламный рынок в России / А. В. Рукавишников // Социально-гуманитарные знания.- 2010. - N 4. - С. 185-190
12. Слепенкова Е. М.
Построение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций в российской компании / Е. М. Слепенкова, К. А. Горчаков // Вестник Московского университета. Сер. 6, Экономика / МГУ. - М., 2009. - N5. - С. 63-74
13. Смирнова, Ю. А.
Имидж организации: структура, классификация, функции / Ю. А. Смирнова // Маркетинг в России и за рубежом - 2009г. - N 2. - С.36-47
14. Третьякова, Т. С.
Механизм формирования малобюджетного комплекса маркетинговых коммуникаций в условиях дефицита финансовых ресурсов компании / Т. С. Третьякова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2011г. - N 6. - С.59-66
15. Хохлова, Т. П.
Product Placement как глобальная стратегия продвижения товаров и услуг: проблемы и пути их решения / Т. П. Хохлова, П. В. Назаретян // Маркетинг в России и за рубежом - 2011г. N 2. - С.87-98
16. Шевченко, Д.
Платежные терминалы как интерактивный канал рекламных коммуникаций / Д. Шевченко, Е. Луценко // Маркетинг в России и за рубежом - 2011г. - N 6. - С.67-76
17. Шульц , Дон Е.
Маркетинг: интегрированный подход = Communicating Globally: An Integrated Marketing Approach : пер. с англ. / Д. Е. Шульц , Ф. Дж. Китчен ; конс. Ю. Э. Давыдов. - М. : Инфра-М, 2004. - 371 с. : ил. - Библиогр.: с. 365-371