**Паспорт библиотечной книжной выставки**

Название выставки: **«Мировые бренды: путь к вершине»**

Дата проведения: **февраль - март 2020 г.**

ФИО автора выставки: Вишнякова Н.Е., Кондарева Ю.В.

Предполагаемое место размещения выставки: закрытая витрина абонемента - корпус А.

**Концепция выставки**. Бренд - общее понятие, включающее фирменный стиль в совокупности его элементов, основой которого является зарегистрированный товарный знак. Google, Apple, Toyota – вот только некоторые знаковые бренды, известные всему миру. Как они добились успеха? Какие трудности преодолели, и какие проблемы решают сейчас? Как происходит развитие новых современных брендов в экономике, какие экономические инструменты применяются для достижения мировых вершин - обо всем этом вы узнаете из книг, представленных на выставке.

Изучение этой литературы будет способствовать формированию у студентов профессионального взгляда на деятельность по созданию и управлению брендами, который поможет им в будущем разрабатывать конкурентоспособные торговые марки, определять их позиционирование и имидж, управлять их развитием с учетом маркетинговых стратегий.

**СОДЕРЖАНИЕ ВЫСТАВКИ**

1. Аакер, Д. А. Как обойти конкурентов. Создаем сильный брэнд [Текст]. - СПб. : Питер, 2012. - 352 с.
2. Айзексон, Уолтер. Стив Джобс [Текст]. - Пер. с англ. Д. Горяниной, Ю. Полищук, А. Цырульниковой, А. Чередниченко. - М.: АСТ, 2015. - 688 с.: ил.
3. Александрова А. Методы суггестивного воздействия в бренд-коммуникациях [Текст]/А. Александрова// Маркетинг. - 2016. - №1. - С.69-82.
4. Антонова, Н. В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения [Текст]: монография/О.И. Патоша. - М.: Высшая школа экономики, 2017. - 208 с.
5. Беквит, Гарри. Сам себе бренд. Искусство самопрезентации [Текст] = You, INC. The Art of Selling Yourself/Беквит Кристин Клиффорд. - Пер. с англ. Н. Смирновой. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 263 с.
6. Беккер, Е. Г. Бренд и экономическая устойчивость вуза [Текст]: монография/Т.Н. Бурделова, А.Ю. Юданов. - М.: КНОРУС, 2012. - 208 с.
7. Бланк, Стив. Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов [Текст] = The Four Steps to the Epiphany. Successful Strategies for Products that Win. - 2 - е изд.; Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 368 с.
8. Блуммарт, Тью. Четвертая промышленная революция и бизнес. Как конкурировать и развиваться в эпоху сингулярности [Текст] = Management in Singulariti. From Linear to Exponential Management/ван ден Брук Стефан, Колтоф Эрик. - Пер. с англ. З. Мамедьярова. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 204 с.
9. Боссиди, Ларри. Исполнение. Система достижения целей [Текст] = Execution. The Discipline of Getting Things Done/Чаран Рэм. - Пер. с англ. Т. Таланова. - М.: Интеллектуальная литература, 2019. - 343 с.
10. Возняк, Стив. Стив Джобс и я: подлинная история Apple [Текст]/Смит Джина. - Пер. с англ. А. В. Пряжникова, А. С. Широкова. - М.: Эксмо, 2012. - 288 с.
11. Воронин, М. HR-квест. Как сделать сотрудников адвокатами бренда [Текст]: Бизнес-роман о создании эффективной корпоративной культуры/Д. Кабицкая, Н. Тихонова. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 224 с.
12. Голдратт, Элияху. Цель-2. Дело не в везении [Текст] = It s Not Luck. - Пер. с англ. Е. Федурко. - М. : Альпина Паблишер, 2019. - 230 с.
13. Ивашкова Н. И. Корпоративная социальная ответственность как инструмент влияния на восприятие бренда [Текст]/Н.И. Ивашкова, А.А. Чигашева//Маркетинг в России и за рубежом. - 2016. - №1. - С. 26-32.
14. Имидж регионов России: инновационные технологии и стратегии ребрендинга [Текст]: монография/под ред. И. А. Василенко. - М.: Международные отношения, 2016. - 288 с
15. Казанджян О. Тренды в развитии сервисно-ориентированных брендов [Текст]/О. Казанджян//Маркетинг. - 2016. - №4. - С. 78-87.
16. Кеннеди, Дэн. Жесткий менеджмент. Заставьте людей работать на результат [Текст] = No B.S/ Ruthless Managment of People & Profits. - новое изд., доп. и перераб. ; Пер. с англ. Г. Глоба-Михайленко, П. Миронова. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 332 с.
17. Кларк, Дункан. Alibaba. История мирового восхождения от первого лица [Текст] = Alibaba. The House that jack ma built. - Пер. с англ. - М.: БОМБОРА, 2019. - 288 с.
18. Кови, Шон. Как достичь цели. Четыре дисциплины исполнения [Текст] = The 4 Disciplines of Execution. Achieving You Wildly Important Goals /Макчесни Крис, Хьюлинг Джим. - 3-е изд. ; Пер. с англ. Е. Бакушевой. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 308 с.
19. Кокорева Н. Нейминг в системе формирования вербального образа бренда [Текст]/Н. Кокорева//Маркетинг. - 2017.- №1. - С. 53-64.
20. Лалу, Фредерик. Открывая организации будущего [Текст] = Reinventing Organiz/науч. ред. Е. Голуб. - 7-е изд ; Пер. с англ. В. Кулябиной. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. - 432 с.
21. Лашински, Адам. Внутри Apple: как работает одна из самых успешных и закрытых компаний мира [Текст]/под ред. А. Александрова. - Пер. с англ. С. Алексеева. - М.: КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2012. - 304 с.
22. Ли, Йон Д. Что делают великие компании, или Как отделить лучшее от прочего [Текст]/Ли Йон Д. - Пер. с англ. В. Кузин. - СПб.: Питер, 2015. - 288 с.
23. Лобода Л. Бренд в структуре интеллектуального капитала организации [Текст]/Л. Лобода//Маркетинг . - 2015. - №1. - С.54-81.
24. Лобода Л. Концепции бренд-менеджмента/Л. Лобода//Маркетинг. - 2013. - № 1. - С.27-44.
25. Макашёв, М.О. Бренд-менеджмент [Текст]: учебное пособие/М.О. Макашёв. - УМО. - СПб. : Питер, 2013. - 224 с.
26. Минетт, Стив.Маркетинг В2В и промышленный брендинг [Текст] = B2B Marketing. Radically Different Approach for Business-to-Business Marketers /под ред. А. А. Старостиной, В. А. Кравченко. - Пер. с англ. Э. В. Кондуковой, О. Л. Пилявского. - М.: СПб.: Вильямс, 2018. - 208 с.: ил.
27. Надо, Р. Живые бренды [Текст]: Новый подход к созданию и продвижению брендов / Р. Надо. - Пер. с англ. - М.: ИД Гребенникова, 2009. - 232с. : ил.
28. Осовицкая, Н. HR-брендинг: Работа с поколением Y, новые инструменты для коммуникации, развитие корпоративной культуры и еще 9 эффективных практик [Текст] / Н. Осовицкая. - СПб. : Питер, 2015. - 304 с.
29. Робертс, Кевин. Lovemarks. Бренды будущего [Текст]/науч. конс. Н. Каро, А. С. Бахарева. - Пер. с англ. Ю. О. Анохиной. - М.: РИПОЛ классик, 2005. - 224 с.: ил.
30. Ротер, Майк. Тойота Ката. Лидерство, менеджмент и развитие сотрудников для достижения выдающихся результатов [Текст]/под науч. ред. Ю. Адлер, Э. Башкардина. - Пер. с англ. М. Самсонова. - СПб. : Питер Пресс, 2014. - 304 с.: ил.
31. Спиральная динамика на практике. Модель развития личности, организации и человечества [Текст]/Бен Дон [и др.]. - Пер. с англ. М. Попова. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 382 с.
32. Траут, Дж. Большие бренды - большие проблемы [Текст]/Траут Дж. - Пер. с англ. - СПб. : Питер, 2013. - 256 с.
33. Цяо, Джина. Путь Lenovo. Как добиться оптимальной производительности, управляя многопрофильной международной корпорацией [Текст]/Конайерс Иоланда. - Пер. с англ. Ю. Константинова, Т. Мамедова. - М.: Олимп-Бизнес, 2016. - 280 с.
34. Челенков А. Технологии бренд-коммуникаций [Текст]/А. Челенков, А. Климова, А. Филимонова// Маркетинг. - 2017. - № 5. - С. 67-76.
35. Шей, Тони. Доставляя счастье. От нуля до миллиарда: история создания выдающейся компании из первых рук [Текст] = Delivering Happiness. A Path to Profits, Passion, and Purpose. - 12-е изд.; Пер. с англ. С. Филина. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. - 304 с.
36. Эко, М. Я - бренд. Формула успеха [Текст]/М. Эко. - Пер. с англ. М. Попов. - СПб.: Питер, 2015. - 304 с.