

# **Лучшие книги по маркетингу и PR**

**ЭБС Znanium.com**

**ЛитРес**



## Десять смертных грехов маркетинга

Задача маркетинга – управлять бизнес-стратегией компании: выявлять возможности, разрабатывать и реализовывать планы, которые принесут успех на рынке. Гуру маркетинга Филип Котлер проанализировал десять типичных ошибок, которые допускают маркетологи, и дал советы, как их избежать и обеспечить успешное развитие компании.

<http://znanium.com/catalog/product/912693>

# Как придумать идею, если вы не Огилви

И снова имя Огилви возникает в нашей подборке. Если у вас возникли проблемы с оригинальными идеями, очень рекомендуем мануал по созданию идей от Алексея Иванова. К слову, пригодится книга не только рекламистам, но и всем, кому время от времени приходится генерировать идеи на ровном месте.

<http://znanium.com/catalog/product/913679>

АЛЕКСЕЙ ИВАНОВ

## КАК ПРИДУМАТЬ ИДЕЮ,



## ЕСЛИ ВЫ НЕ ОГИЛВИ

*Посмотрел Вступление, прочитал одну главу – куплю точно.*  
– Игорь Мани, автор бестселлера «Маркетинг на 100%» –





## Ритейл-маркетинг: практики и исследования

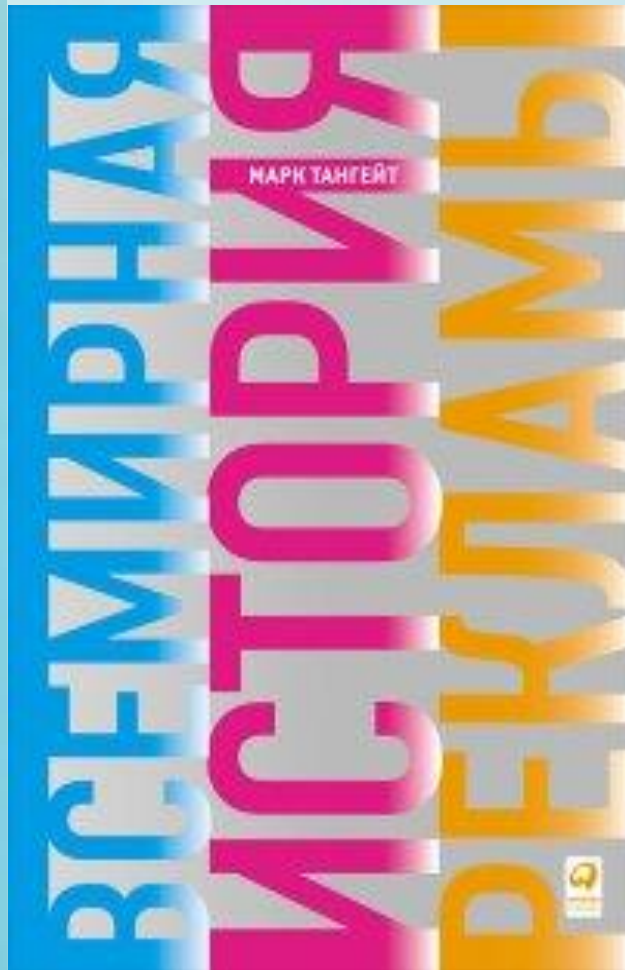
Книга о процессе принятия покупательских решений непосредственно в магазине. О том, почему традиционный маркетинг не работает в розничных точках продаж и как практические эксперименты в магазинах превратить в добротную теорию для изучения в вузах.

<http://znanium.com/catalog/product/923682>

# Всемирная история рекламы

В книге Марка Тангейта представлена история рекламы как бизнес-индустрии и как творческого процесса. Описаны истории ведущих мировых рекламных агентств, самые известные рекламные кампании, оказавшие влияние на развитие этого «креативного бизнеса». Автор нарисовал живые портреты революционеров, дельцов, хулиганов и перфекционистов – всех тех неординарных личностей, благодаря которым «манипуляция сознанием» и сегодня привлекает множество харизматичных и ярких людей, сочетающих в себе креативность предпринимательский талант. Это комплексный и увлекательный обзор рекламной индустрии в ее историческом развитии.

<http://znanium.com/catalog/product/912588>





## Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер

Эта книга всемирно известного специалиста в области маркетинга Филипа Котлера стала настольной для миллионов руководителей и специалистов по маркетингу. В ней в сжатой и понятной форме изложены 80 концепций эффективного маркетинга, наиболее важных для успеха компаний в современных условиях. Эта книга дает наилучшее представление как о классических инструментах маркетинга, которые прошли испытание временем, так и новых инновационных разработках, которые стали использоваться только в последние годы.

<http://znanium.com/catalog/product/851120>

## Привлечение инвесторов: маркетинговый подход к поиску источников финансирования

Гуру современного маркетинга Филип Котлер с соавторами предлагает практический подход к решению проблемы привлечения капитала. Он исходит из того, что поиск инвесторов сродни поиску клиентов и покупателей, а потому к нему вполне применимы маркетинговые инструменты. Из этой книги вы узнаете об источниках финансирования и о том, как инвесторы и кредиторы выбирают перспективных заемщиков. Понимание образа мышления инвесторов и кредиторов позволяет точно определить, кто из них оптимально подходит для вашего бизнеса, и гарантированно заручиться их финансовой поддержкой.

<http://znanium.com/catalog/product/916214>



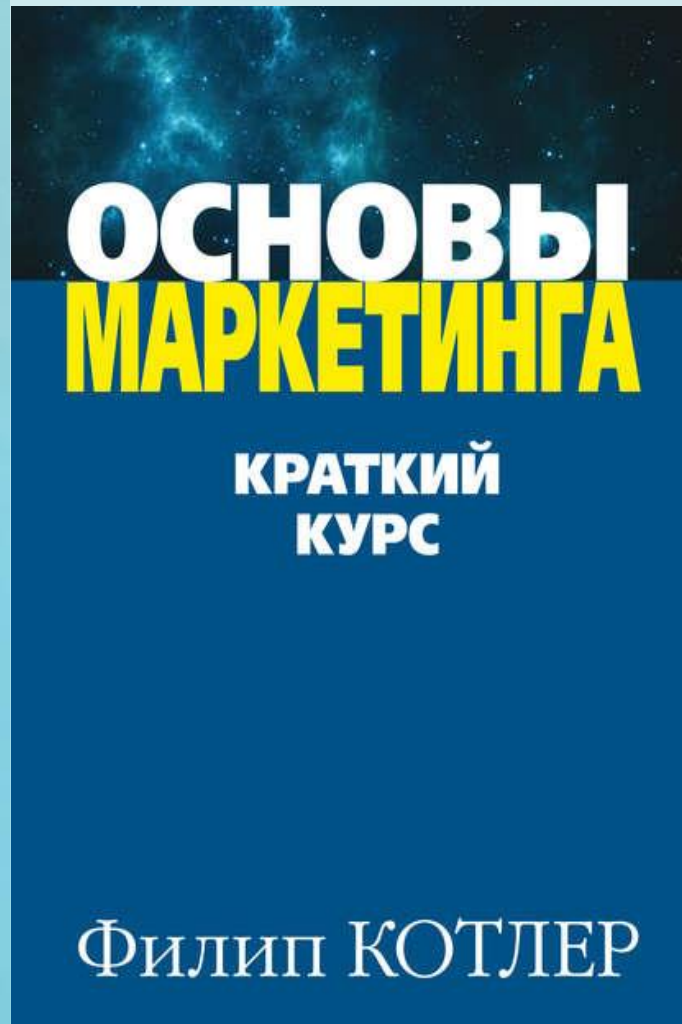
## Реклама под прикрытием: нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете

Забудьте о рекламных роликах, печатной рекламе и баннерах на сайтах – потребитель прекрасно научился их избегать: он переключает канал, у него есть блокировщик рекламы в браузере. Однако пользователи интернетом охотно делятся с друзьями интересной статьей или видео, невольно превращаясь в посланников бренда. Поэтому задача рекламы не в том, чтобы продать товар, а в том, чтобы заставить поделиться контентом. Теперь рекламу предлагают потребителю на основе данных, которые он сам оставляет о себе в сети. Простая реклама больше не работает, настало время маркетинга впечатлений, нативной рекламы и контент-маркетинга.

<http://znanium.com/catalog/product/1003009>







## Основы маркетинга

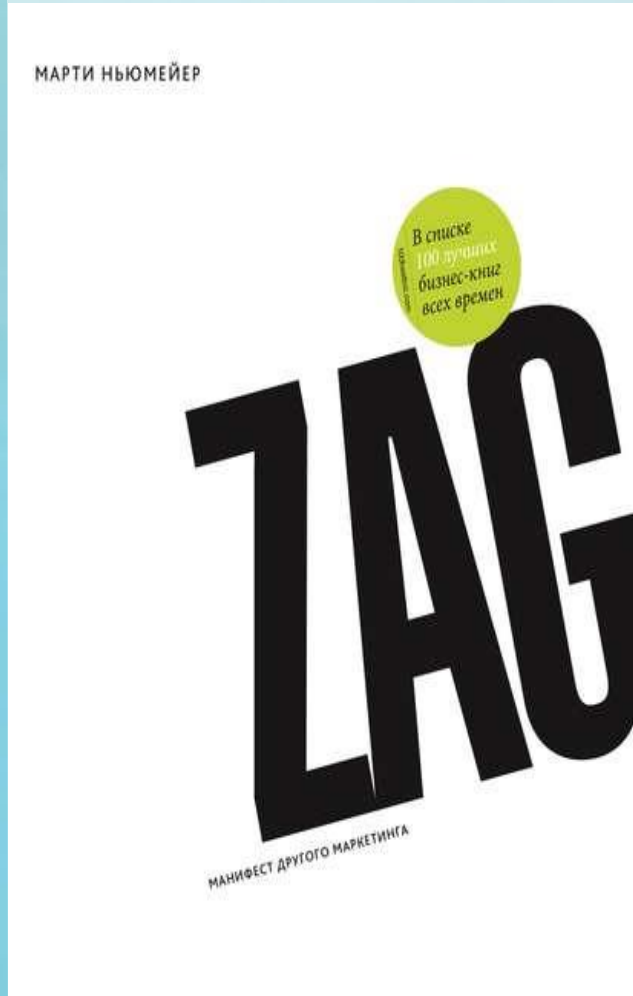
«Основы маркетинга» Филипа Котлера — это книга, без прочтения которой все остальные книги по маркетингу будут абсолютно бессмысленны. Не любим бросаться слишком громкими заявлениями, но эта книга — настоящая библия маркетинга, которая разложит для вас всё по полочкам и снабдит новые знания примерами из реальной практики. Надо признать, что примеры могут быть довольно старыми, но книга постоянно переиздается, поэтому не будем считать это за недостаток.



## Маркетинг без диплома

Книга Джона Янча почему-то довольно редко попадает в списки лучших книг по маркетингу на русском языке, но совершенно зря. Если Котлер — это теория, которая позволяет ориентироваться в сложном мире маркетинга, то «Маркетинг без диплома» — самая наипрактичнейшая практика. Янч специализируется на продвижении малого бизнеса, поэтому для пиарщиков МСБ — это просто *must read*. Честно, без воды и на реальных примерах Янч делится с вами всем, что стоит знать о реально работающем бюджетном маркетинге. Эта книга настолько хороша и самодостаточна, что, в принципе, составляя этот список, можно было ограничиться только ей одной.

# ZAG-маркетинг



На первый взгляд в Zag-маркетинге, вроде бы, ничего необычного или нового. Но книга эта скорее не про маркетинг, а про инновации и умение предвосхищать потребности аудитории. Приятная фишка книги — от главы к главе автор «ведёт» один проект — обучающий винный бар, на примере которого разбирает всё сказанное в книге поэтапно.

Сет Годин возвращает нас к истокам маркетинга: гораздо легче продать то, что люди хотят купить.

*Ирина Полякова, директор по корпоративному маркетингу компании ЗМ Россия*

Сет Годин  
**Фиолетовая  
корова** Сделайте свой бизнес  
выдающимся!



**Purple Cow**  
Transform Your Business  
by Being Remarkable

**[ Хороший перевод! ]**

## Фиолетовая корова. Сделайте свой бизнес выдающимся!

Вам не придется тратить огромные деньги на рекламу, если ваше предложение клиентам будет уникальным, а ваш маркетинг – вирусным. Все, что отличается от большинства, привлекает внимание и выделяет вас среди остальных. Ведь даже нетипичная расцветка может спровоцировать небывалый интерес – представьте, к примеру, фиолетовую корову среди обычных черных, белых и бурых. Будьте уверены: выделиться можно всегда, нужно только подумать, чего в вашей отрасли еще никто не делал.



## Отличайся или погибай

В другом переводе — «Дифференцируйся или умирай». Светило коммуникаций Джек Траут пишет о том, насколько важно в любой компании создать нечто уникальное — уникальное предложение, которое будет отличать вас от всех остальных. Книга хоть и старая, но актуальная до сих пор.

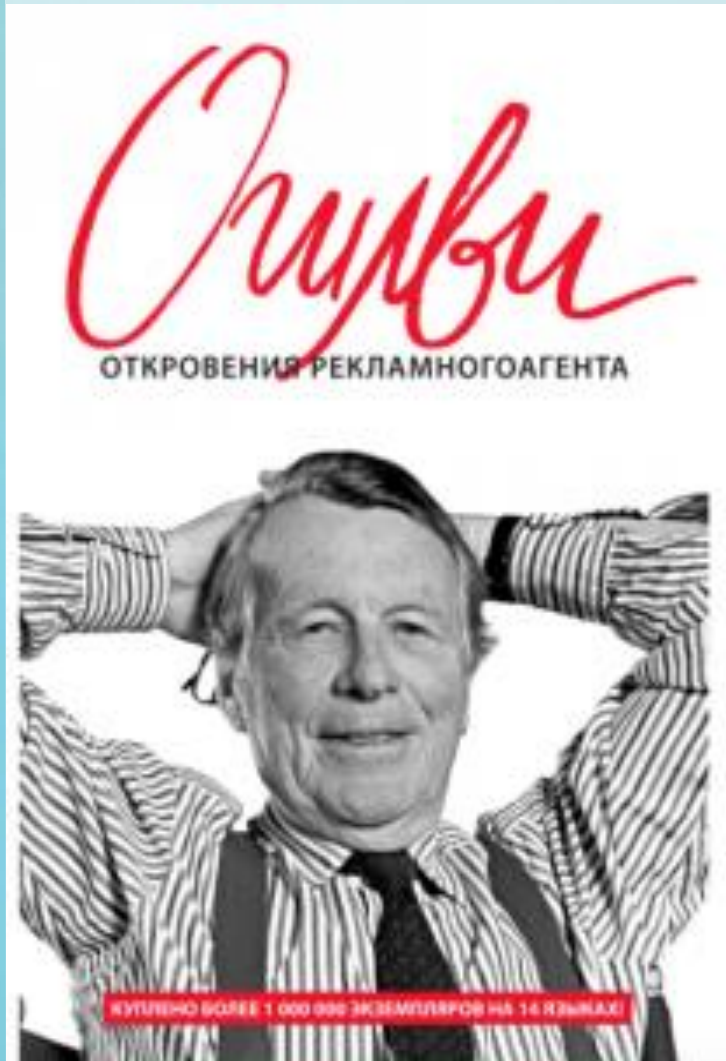


# Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем

Автор книги Фил Барден применил к маркетингу научный подход и собрал несколько интересных исследований, которые помогают понять, как и почему люди покупают. Интересно, что многие выводы опровергают популярные теории маркетинга, на которые опираются тысячи компаний. Только наука, только хардкор!

## Откровения рекламного агента

Карьера Дэвида Огилви – пример для подражания амбициозным молодым людям, стремящимся покорить вершины любого бизнеса, а его книги – «Библия» для многих поколений рекламистов. Целеустремленность, острый ум и дисциплина позволили честолюбивому выходцу из Шотландии покорить Мэдисон-авеню и стать владельцем рекламного агентства, снискавшего благодаря его имени мировую известность. Написанная около пятидесяти лет назад, умная и увлекательная книга «Откровения рекламного агента» содержит дельные советы для всех, кто начинает свою карьеру.



# Сила простоты



Бизнес на самом деле не очень-то сложен. Сложным его делают люди. Чтобы преодолеть сложность, необходима простота, утверждают Джек Траут и Стив Ривкин. Эта Книга о том, как выделить главное и сфокусироваться на этом.

Авторы призывают вспомнить о том, что мы когда-то так хорошо знали: простые решения очевидны и потому отлично работают; почаще включайте суперчувство – здравый смысл!

Опираясь на примеры из лучшей мировой практики и интервью с известными управленцами, Траут и Ривкин показывают, как отказаться от корпоративного жаргона, бороться с «информационным смогом», выработать собственное видение и вернуть контроль над ключевыми элементами бизнеса.



## Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить.



Люди постоянно говорят о товарах и услугах: о краске для волос, машинах, компьютерах, телепередачах, чистящих средствах... Они могут критиковать их, а могут рекомендовать своим соседям и друзьям или написать восторженный отзыв в Интернете, где его прочитают миллионы людей, которые станут вашими клиентами. Не об этом ли вы мечтаете? Такого результата легко достичь. При этом не надо быть гением маркетинга или тратить кучу денег – все гораздо проще, чем вы думаете. Нужно просто научиться включать и выключать сарафанное радио. Как это сделать? Перед вами простое и понятное практическое руководство, как дать людям повод для разговоров о вашем бренде и как превратить эти разговоры в технологию его продвижения.