



Гребенников
Издательский дом

Grebennikon
Электронная библиотека

Ежегодное совещание руководителей
федеральных и центральных региональных
библиотек России

Проектная деятельность
библиотек в условиях
«новой реальности».

Успешные совместные
проекты учреждений
культуры и поставщиков
контента.

Санкт-Петербург, 17 ноября 2022 г.

А сколько книг издали вы за предыдущий месяц (квартал, полугодие, год)?



Изображение: <https://www.clipartkey.com/>

Возможные конкурентные преимущества электронно-библиотечных систем (ЭБС) и электронных библиотек (ЭБ)

- контент
- дополнительные услуги, новые проекты
- сервисные и технические возможности
- интеграция
- ценовая политика

Проектная деятельность как важнейшая составляющая успеха

- акцент на эксклюзивности, уникальности чего бы то ни было, отказ от принципов «всего понемногу, что нравится всем», «усреднять и сегментировать»;
- эксклюзивный контент (узкая специализация, «бутиковость», «нишевой принцип комплектования»);
- интерактивное обучение, мультимедийный контент;
- активное вовлечение разных категорий пользователей;
- «мы всё сделаем за вас»: ИТ-решения для клиентов и за (вместо) клиентов;
- корпоративные проекты.

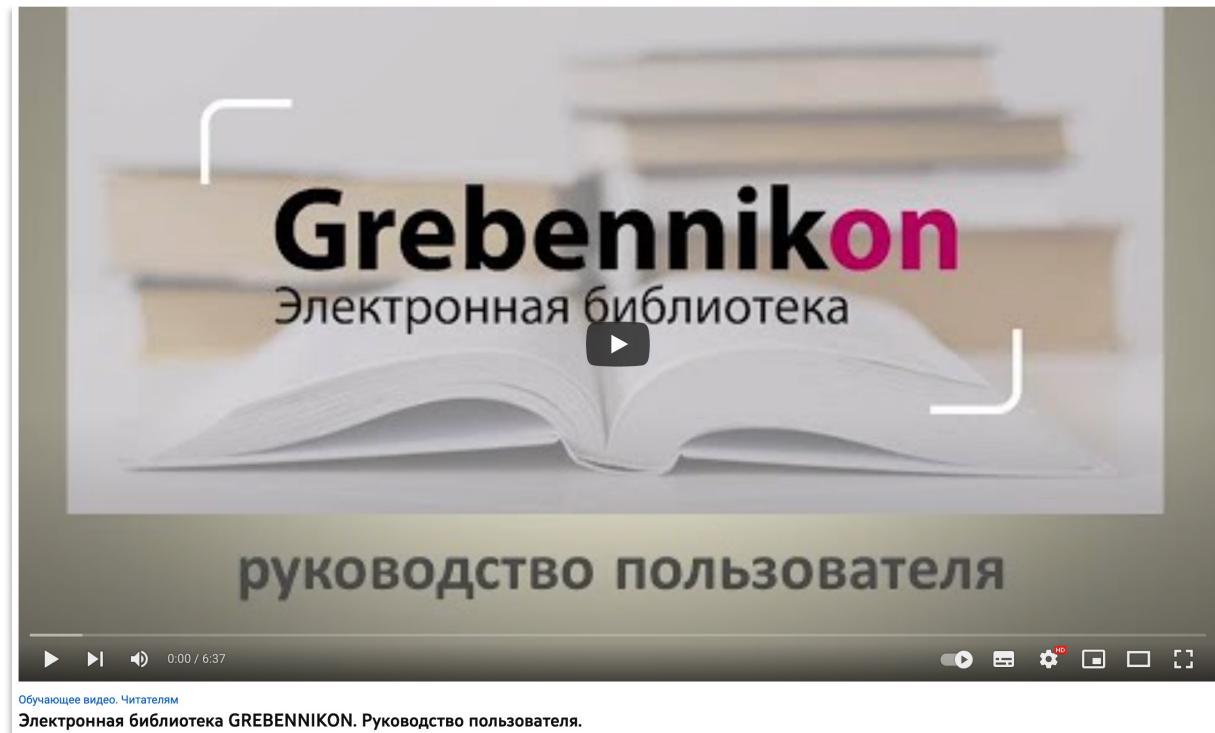
Учреждения культуры – подписчики ЭБ *Grebennikon*

- Алтайская краевая универсальная научная библиотека им. Шишкова
- Астраханская областная универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской
- Владимирская областная универсальная научная библиотека им. М. Горького
- Воронежская областная универсальная научная библиотека им. И.С. Никитина
- Дальневосточная государственная научная библиотека
- Донская государственная публичная библиотека
- Новосибирская государственная областная научная библиотека
- Оренбургская областная универсальная научная библиотека им. М. Горького
- Пензенская областная библиотека им. М.Ю. Лермонтова
- Рязанская областная универсальная научная библиотека им. Горького
- Самарская областная универсальная научная библиотека
- Сахалинская областная универсальная научная библиотека
- Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского
- Ставропольская краевая универсальная научная библиотека им. М.Ю. Лермонтова
- Томская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина
- Тюменская областная научная библиотека им. Д.И. Менделеева
- Ярославская областная универсальная научная библиотека им. Н.А. Некрасова

и многие другие

Примеры успешных совместных проектов учреждений культуры и Издательского дома «Гребенников»

Новосибирская государственная областная научная библиотека



<https://www.youtube.com/watch?v=YhlvFfBjpXs>

Примеры успешных совместных проектов учреждений культуры и Издательского дома «Гребенников»

Липецкая областная универсальная научная библиотека

ЛОУНБ ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТНАЯ УНИВЕРСАЛЬНАЯ НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ

Получи **БЕСПЛАТНЫЙ ДОСТУП** к электронной библиотеке **Grebennikon**

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»

Тематика: экономика, бизнес

Режим доступа:

- из дома по логину и паролю, полученному в библиотеке;
- с компьютеров в библиотеке

GREBENNIKON.RU

по темам:

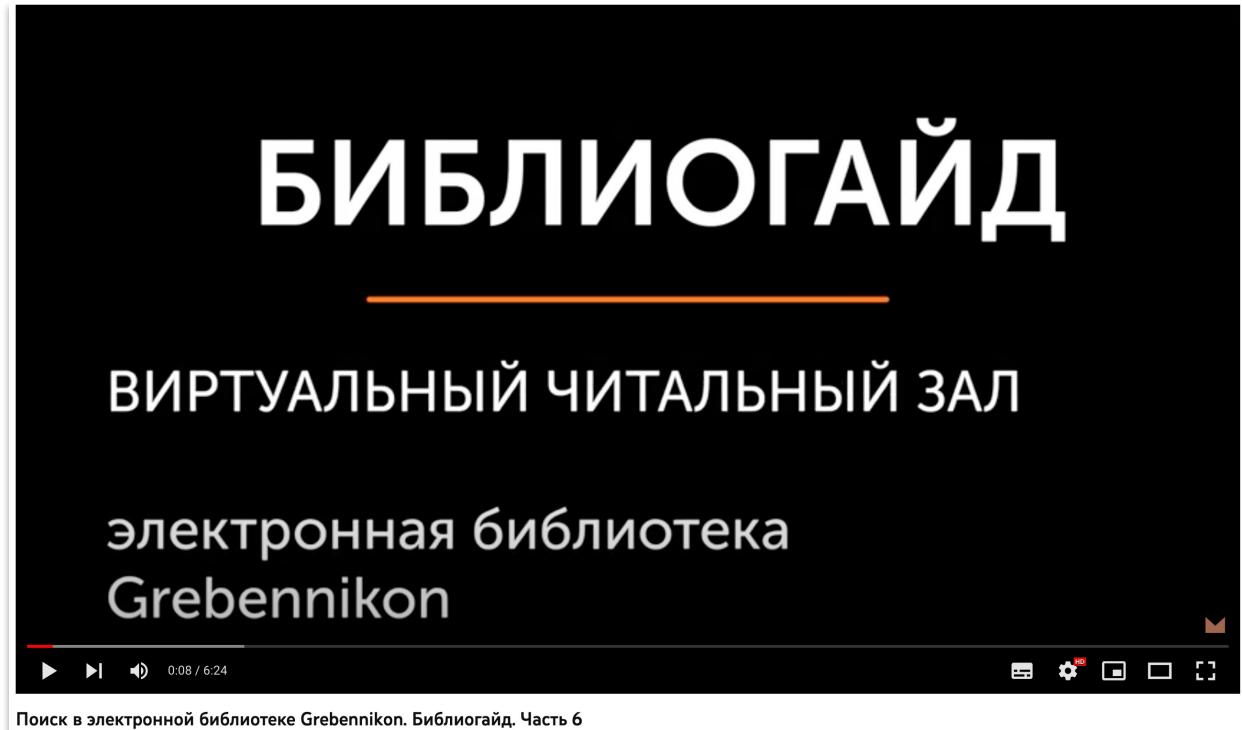
Книги
Статьи
Видеолекции
Тренинги
Мастер-классы
Интервью

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА
ФИНАНСЫ
МАРКЕТИНГ



Примеры успешных совместных проектов учреждений культуры и Издательского дома «Гребенников»

Центральная городская публичная библиотека имени В.В. Маяковского



<https://www.youtube.com/watch?v=3iFx-k2gJYw>

ПОЧЕМУ ГЛАВНЫЕ БИБЛИОТЕКИ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПОДПИСЫВАЮТСЯ НА ЭБ GREBENNikon?

(62 библиотеки из 85)

Причины, по которым учреждения культуры подписываются на ЭБ Grebennikon

- контент: материалы практической направленности, востребованные у читателей (студенты и преподаватели вузов, специалисты-практики);
- состав ЭБ Grebennikon: книги, журналы, альманахи, видеоматериалы (e-books, e-journals, e-media solutions);
- электронная библиотека Grebennikon – ресурс для ответов на читательские вопросы самого широкого спектра;
- главное учреждение культуры – «агрегатор» для доступа к ЭБ Grebennikon во всём регионе;
- понятный и простой интерфейс, удобные сервисы;
- можно оформить подписку на печатные журналы и получить в качестве бонуса доступ ко всей ЭБ Grebennikon – на период оформленной печатной подписки;
- подключение муниципальных библиотек;
- дополнительные возможности для сотрудничества с бизнес-сообществом региона, потенциальное привлечение спонсорских средств и т. д.

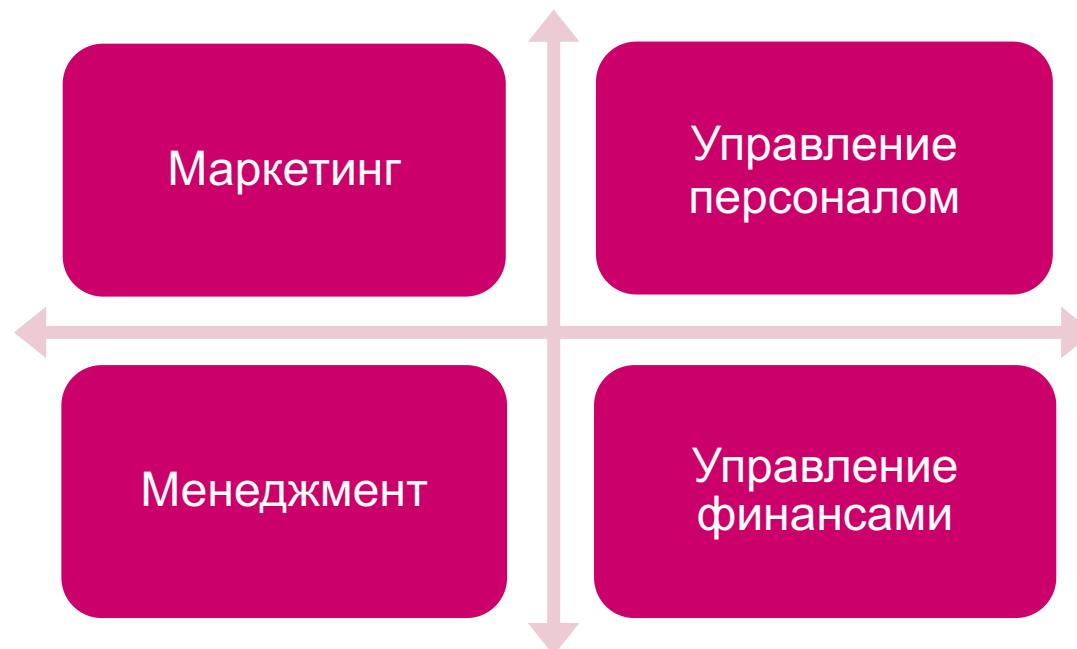
Не только книги

- e-books
- e-journals
- e-media solutions

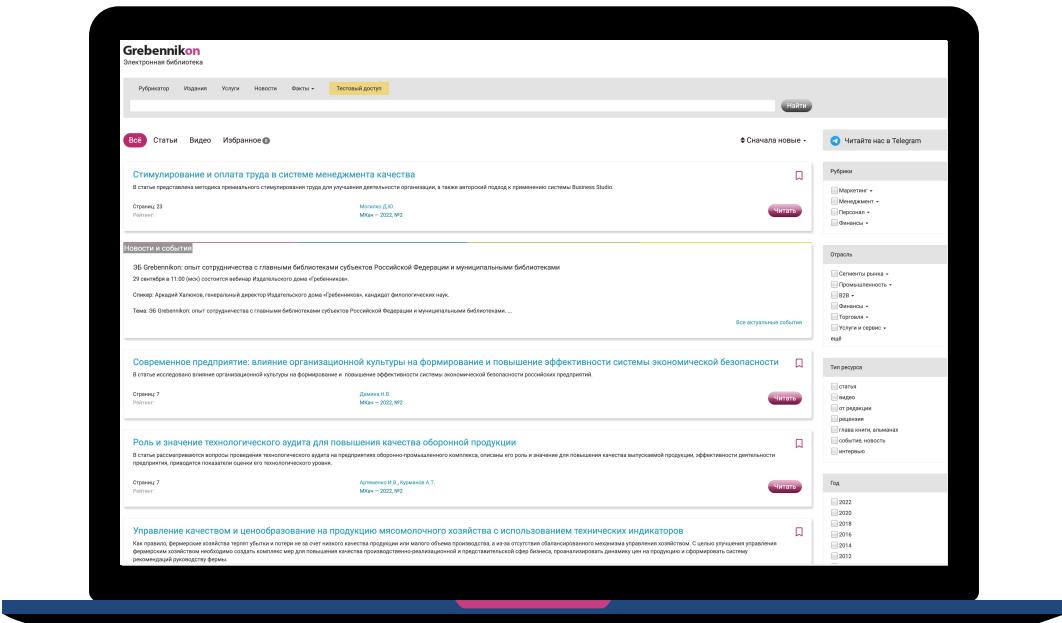
Электронная библиотека Grebennikon

- создана в 2005 году;
- включает в себя статьи, опубликованные в специализированных журналах «Издательского дома «Гребенников», а также книжную коллекцию, альманахи и обучающие видеоматериалы.

Основные тематические направления



Электронная библиотека «Grebennikon»



- ✓ ежегодное пополнение
- ✓ свыше 50 000 статей
- ✓ удобный рубрикатор по 300 темам
- ✓ подробные аннотации к статьям
- ✓ возможность поиска статей по авторам, названию и ключевым словам

Grebennikon

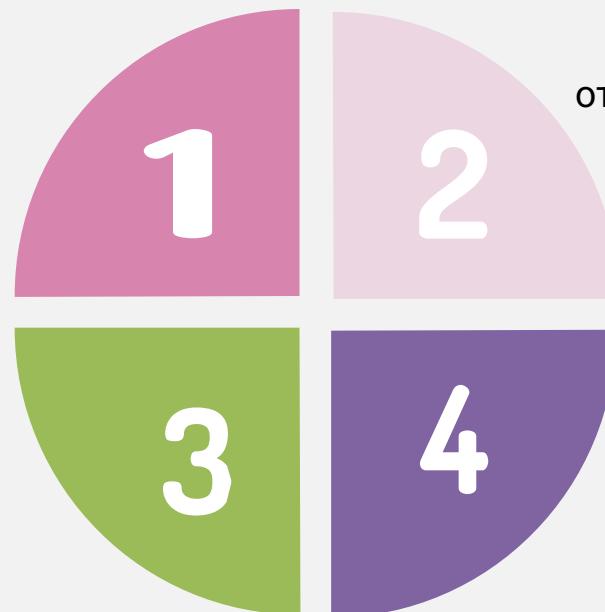
Электронная библиотека

ЖУРНАЛЫ

индексируются в РИНЦ, входят в перечень ВАК при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации

АЛЬМАНАХИ

сборники статей по популярным темам, например, «Управление финансами в условиях кризиса»



КНИГИ

авторами являются как отечественные профессионалы-практики, так и зарубежные специалисты

ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ

коллекции по маркетингу, менеджменту, финансам, рекламе, управлению персоналом, управлению проектами и программами и другим тематикам

Книги (учебные пособия, практические руководства и др.)



**С чего начинается
нейминг?**
Основы управления
проектом по разработке
названия компании /
продукта / услуги

**Высшее образование
в Германии**
Справочник для
поступающих в немецкие
вузы

**Словарь основных
терминов по
дистрибуции и
мерчендайзингу**
Новейшая терминология,
примеры из практики,
полезные приложения

Бизнес-модели
Принципы создания
процветающей организации

**Продавай больше,
используя силу
бренда**
Практическое руководство

Живые бренды
Новый подход к созданию и
продвижению брендов

**Технологии
командной игры**
Руководство для лидера

**Персональный
брэндинг**
Технологии достижения
личной популярности



[Связаться с нами](#)

jivo



Стратегический менеджмент
Стратегическое планирование, миссия и цели, разработка и реализация стратегии.

Менеджмент качества
Основы и применение СМК, созданных по международным стандартам.

Менеджмент инноваций
Исследования, разработка и запуск новых продуктов, патентная защита, внедрение...

Промышленный и b2b маркетинг
Маркетинг промышленных, торговых и сервисных компаний на рынке b2b.

Поиск и оценка персонала
Научно-практический журнал.

Управление корпоративной культурой
Первый журнал по разработке, внедрению и контролю корпоративной культуры.

Управление человеческим потенциалом
Стратегическое управление человеческими ресурсами.

Управление развитием персонала
Развитие и обучение персонала. Новые технологии, проверенные методы.



Альманахи по антикризисной тематике



**Управление
персоналом в
условиях кризиса**
Альманах



**Управление
компанией в условиях
кризиса**
Альманах



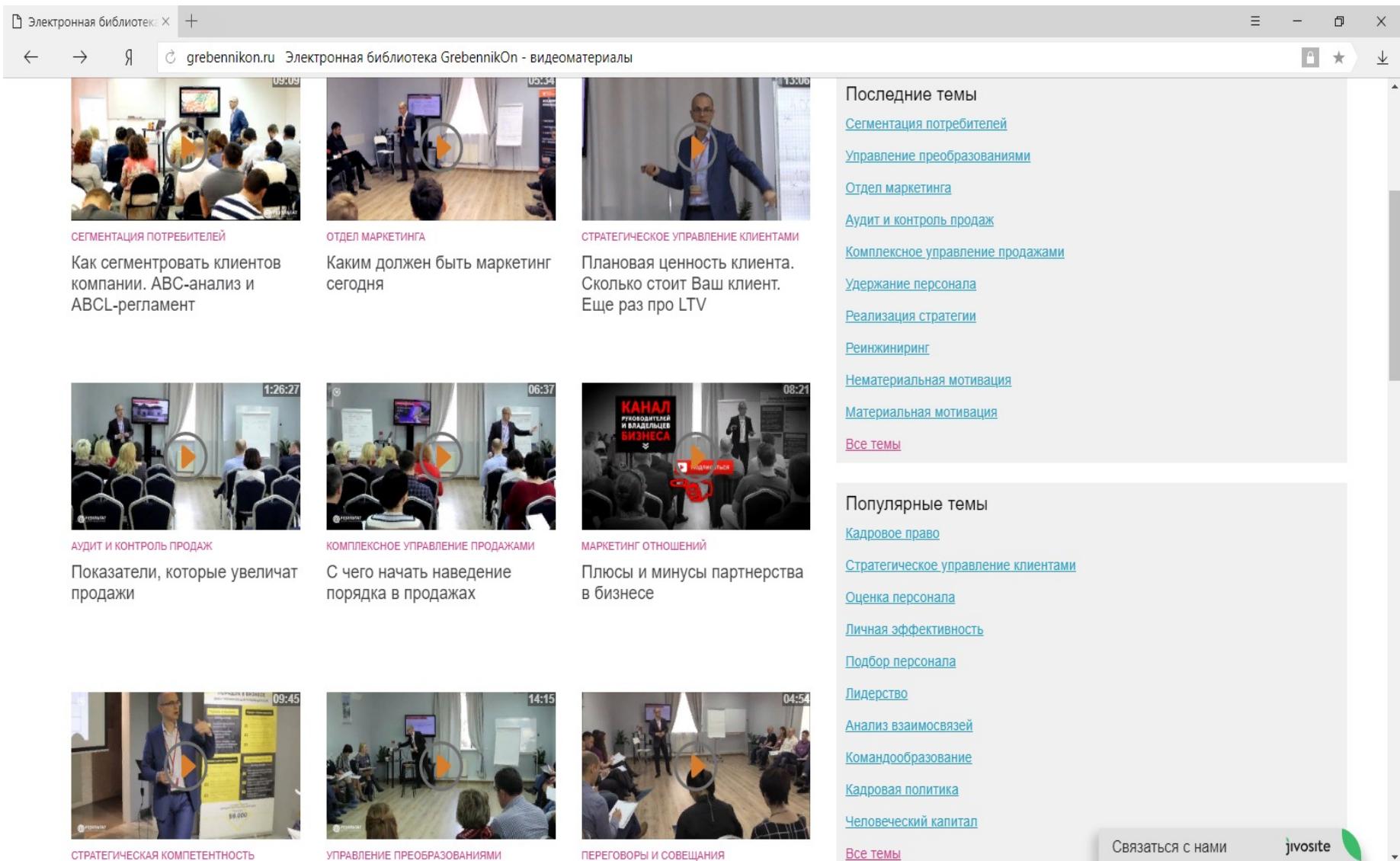
**Стратегии маркетинга
и продаж в условиях
кризиса**
Альманах



**Инструменты
маркетинга и продаж в
условиях кризиса**
Альманах

Обучающие видеоматериалы

Электронная библиотека grebennikon.ru Электронная библиотека GrebennikOn - видеоматериалы



Последние темы

- [Сегментация потребителей](#)
- [Управление преобразованиями](#)
- [Отдел маркетинга](#)
- [Аудит и контроль продаж](#)
- [Комплексное управление продажами](#)
- [Удержание персонала](#)
- [Реализация стратегии](#)
- [Реинжиниринг](#)
- [Нематериальная мотивация](#)
- [Материальная мотивация](#)
- [Все темы](#)

Популярные темы

- [Кадровое право](#)
- [Стратегическое управление клиентами](#)
- [Оценка персонала](#)
- [Личная эффективность](#)
- [Подбор персонала](#)
- [Лидерство](#)
- [Анализ взаимосвязей](#)
- [Командообразование](#)
- [Кадровая политика](#)
- [Человеческий капитал](#)
- [Все темы](#)

Связаться с нами 

Время	Тема	Описание
09:09	СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	Как сегментировать клиентов компаний. ABC-анализ и ABCL-регламент
05:34	ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА	Каким должен быть маркетинг сегодня
13:00	СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТАМИ	Плановая ценность клиента. Сколько стоит Ваш клиент. Еще раз про LTV
1:26:27	АУДИТ И КОНТРОЛЬ ПРОДАЖ	Показатели, которые увеличивают продажи
06:37	КОМПЛЕКСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ	С чего начать наведение порядка в продажах
08:21	МАРКЕТИНГ ОТНОШЕНИЙ	Плюсы и минусы партнерства в бизнесе
09:45	СТРАТЕГИЧЕСКАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ	
14:15	УПРАВЛЕНИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯМИ	
04:54	ПЕРЕГОВОРЫ И СОВЕЩАНИЯ	

Ученые степени авторов (Топ-20)

Степень	Кол-во	Степень	Кол-во
Кандидат экономических наук	460	Кандидат юридических наук	24
Доктор экономических наук	146	Доктор юридических наук	23
Кандидат технических наук	137	Кандидат педагогических наук	23
Доктор технических наук	61	Доктор физико-математических наук	22
Кандидат физико-математических наук	59	Кандидат философских наук	22
Кандидат психологических наук	55	Доктор философских наук	20
Магистр	36	Кандидат филологических наук	20
MBA	30	Кандидат исторических наук	18
Кандидат социологических наук	28	Доктор социологических наук	18
PhD	25	Доктор педагогических наук	16

Должности авторов (Топ-25)

Должность	Кол-во	Должность	Кол-во
генеральный директор	502	заведующий кафедрой	80
директор департамента	350	эксперт	79
директор по маркетингу	253	директор по развитию	78
зам. генерального директора	230	HR-директор	78
преподаватель	223	независимый эксперт	69
консультант	220	коммерческий директор	52
владелец компании	217	аналитик	51
ведущий специалист	213	ассистент кафедры	46
маркетолог	119	руководитель отдела	46
управляющий	118	финансовый директор	44
бизнес-тренер	107	PR-директор	43
проект-менеджер	104	директор по продажам	37
исполнительный директор	80		

Журналы Издательского дома «Гребенников»: количество скачанных материалов (итоги 2021 года)

Маркетинг и маркетинговые исследования	15 573	Управление проектами и программами	4 020
Маркетинговые коммуникации	11 878	Управление корпоративной культурой	3 250
Интернет-маркетинг	10 822	Управление каналами дистрибуции	3 240
Бренд-менеджмент	10 408	Стратегический менеджмент	2 991
Менеджмент сегодня	9 263	Личные продажи	2 856
Реклама. Теория и практика	8 108	Менеджмент инноваций	2 727
Логистика сегодня	7 876	Менеджмент качества	2 488
Управление корпоративными финансами	7 758	Event-маркетинг	1 522
Управление продажами	7 538	Клиентинг	1 419
Управление человеческим потенциалом	6 695	Маркетинг и финансы	1 157
Управление развитием персонала	6 527	Маркетинг-дайджест	1 033
Маркетинг услуг	6 472	Менеджмент-дайджест	944
Мотивация и оплата труда	6 423	Маркетинговое образование	587
Управленческий учет и финансы	5 603	Маркетинг розничной торговли	527
Управление финансовыми рисками	5 197	Бухгалтер в издательстве	379
Промышленный и b-2-b маркетинг	4 449	Поиск и оценка персонала	205

ИНТЕРНЕТ-КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ В 2022 Г.

Релокация в цифровой сфере повлияла на весь рынок маркетинга. Исчезли привычные каналы коммуникации, новые не дают результатов, на которые могли бы рассчитывать специалисты. Как строить цифровую стратегию бизнесу в таких условиях, рассказывают авторы.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: каналы коммуникации, интернет-маркетинг, соцсети, платформа, аудитория, контент, релокация, персонализация, видеоконтент



Корн Елена — MBA, эксперт в области FMCG и рetailа по стратегическому маркетингу и развитию бизнеса, управляющий директор маркетингового агентства Smart Expertise Agency и студии анимации Miracles Studio, бизнес-коуч Член Гильдии Marketeers и проф. школы дости-

В книге Дж. Траута и С. Ривкина «Дифференцируйся или умриай!» [1] говорится, что история преподала нам важный урок: люди, которым действительно удалось сделать деньги во время золотой лихорадки, продавали карты, инструменты и одежду. В 2020 г. мировой рынок пережил потрясение, связанное с пандемией, а в 2022 г. из-за санкций в российском бизнесе исчезли привычные каналы коммуникации, инструменты продвижения в цифровой среде, работа таргетологов и SMM-менеджеров оказались под угрозой.

Применительно к маркетингу следует отметить, что профессиональных бизнес-стратегов на рынке немного и большинство компаний не могут нанять таких специалистов, но они могут составить планы

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО КРИЗИСА: КАК ВЫЖИТЬ С НАИМЕНЬШИМИ ПОТЕРЯМИ

Все сферы мирового и российского бизнеса продолжают функционировать в условиях напряженной геополитической ситуации, компаниям приходится работать в ситуации абсолютной неопределенности и высочайших рисков. О новых решениях, проектах, законах читайте в статье.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: управление качеством, системы менеджмента качества, Росстандарт, национальная стандартизация, международные стандарты

СОГЛАШЕНИЕ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ МЕЖДУ РОССТАНДАРТОМ И ФОНДОМ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Основная цель заключения данного соглашения — развитие взаимодействия между государственной информационной системой промышленности (далее — ГИСП) и Федеральной государственной информационной системой Росстандарта (далее — ФГИС Росстандарта).

ГИСП — один из ключевых инструментов реализации промышленной политики России, цифровая платформа, созданная для повышения эффективности обмена информацией о состоянии промышленности. Кроме того, ГИСП — это экосистема информационных сервисов для повышения конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий.

ОПТИМИЗАЦИЯ ШТАТА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В статье рассказывается о влиянии экономического кризиса на штатную численность персонала. Автор делится опытом оптимизации затрат, перечисляет основные правила и нюансы, которые нужно учитывать при сокращении штатной численности персонала для сохранения эффективности бизнеса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: управление персоналом, оптимизация затрат, сокращение персонала, оффбординг

ВВЕДЕНИЕ

Сегодня многим компаниям приходится расставаться с сотрудниками. После кризиса 2008 г. мы неоднократно наблюдали процесс и последствия оптимизации штата. Для кризисных условий характерны усиление противоречий, проблем и количества тревожных входящих сигналов, дефицит ресурсов по многим направлениям, а также психологическая перегрузка персонала. Сотрудники стараются защититься, сузить границы ответственности. Для успешного преодоления кризиса компании нужны сотрудники, способные ответить на вызов, получить удовлетворение от преодоления и совершения неординарных дей-

РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ВРАЧА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Медицина сейчас направлена прежде всего на формирование конструктивной коммуникации между врачом и пациентом. От доктора требуются клиентоориентированность, сопереживание и психологическая поддержка, позволяющие конструктивно реализовать лечение и обеспечить соблюдение всех необходимых процедур. Маркетинговые аспекты такого обслуживания приобретают все большую значимость. В статье рассмотрены текущие изменения и новые требования к компетентности медработников.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: персональные (личные) коммуникации, коммуникативная компетентность врача, репутация медицинского учреждения, лояльность потребителей медицинских услуг, взаимоотношения врача и пациента, комплаенс



Цветкова Анна Борисовна — к. э. н., доцент кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова. Научные интересы: маркетинговые коммуникации, маркетинговое управление многопрофильными медицинскими учреждениями, маркетинговые исследования потребителей (г. Москва)



Скоробогатых Ирина Ивановна — д. э. н., профессор, заведующая кафедрой маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова, член Гильдии Маркетологов. Научные интересы: исследование ценностных ориентиров и потребительских предпочтений молодежной аудитории, маркетинг товаров и услуг класса люкс, маркетинговые исследования потребителей (г. Москва)



Мусатов Борис Владимирович — д. э. н., профессор кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова. Научные интересы: планирование маркетинга, эффективность маркетинга, стратегический маркетинг, экономический анализ маркетинговых решений (г. Москва)



Мусатова Жанна Борисовна — к. э. н., доцент кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова, член Гильдии Маркетологов. Научные интересы: оценка эффективности маркетинга на основе метрик, методическое обеспечение маркетинга, исследования ценностей молодежной аудитории (г. Москва)

Импортозамещение и особенности его использования в интернет-рекламе
Апухтин Д.И.

Статья

Содержание

DOI: 10.36627/2619-1369-2022-2-2-82-87

Страница: 1 из 6

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ: ВОЗМОЖНЫЕ ВАРИАНТЫ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Данная статья будет полезна маркетологам и владельцам бизнеса. Автор рассматривает вопросы перестройки стратегии продвижения в условиях кризиса при отключении основных рекламных интернет-каналов, предлагая варианты импортозамещения для поддержания докризисного уровня продаж.

Скачать

Апухтин Д.И. Импортозамещение в интернет-рекламе: возможные варианты и особенности их использования // Интернет-маркетинг. – 2022. – №2. – С.82-87. URL: <https://grebennikon.ru/article-7hr9.html>

Скопировать

Удобная навигация, расширенные возможности сортировки и поиска

- по названию журнала, книги, альманаха, видеоматериала;
- по тематической рубрике (разделу);
- по ключевым словам;
- по автору;
- по отрасли (виду деятельности).

Электронная библиотека **Grebennikon** имеет удобный рубрикатор по **300** темам, подробные аннотации к статьям.

Все материалы размещены в универсальном формате **PDF**.

Рубрикатор

Издания

Услуги

Новости

Факты ▾

Тестовый доступ

Найти

Всё

Статьи

Видео

Избранное 0

Сначала новые ▾

Новая реальность digital-среды. Как изменились потребление и рынок рекламы

В статье подведены итоги 2021 г., рассказывается, каким стал digital-рынок в 2022 г., какие каналы остались доступны, а какие больше не предоставляют возможности для размещения рекламы. Автор описывает, как изменилось поведение пользователей после блокировки зарубежных социальных сетей и какие альтернативы могут использовать отечественные компании.

Страниц: 11

Маклаева А.А.

Рейтинг:

ИМ – 2022, №2

Читать



Новые и старые источники трафика, или как выжить бизнесу в новой интернет-реальности

В данной статье автор описывает, как изменился рынок интернет-рекламы, подробно рассматривает такие каналы трафика, как «Яндекс.Директ», «ВКонтакте», MyTarget, а также другие каналы – менее популярные из числа уже существующих и только появляющиеся платформы, выделяет их достоинства и недостатки, трудности, с которыми приходится сталкиваться



Рубрики

Маркетинг ▾

Менеджмент ▾

Персонал ▾

Финансы ▾

Отрасль

Сегменты рынка ▾

Промышленность ▾

B2B ▾

Финансы ▾

Торговля ▾



+7 (495) 147-3110

support@grebennikov.ru

Войдите через соцсети

или внесите свои учетные данные

Логин

Пароль 

 Войти

[Забыли пароль?](#)

Список загрузки 0 Логин Регистрация



Наш Telegram

[Библиотека](#) / [Каталог тем](#)[По темам](#)[По отраслям](#)[По журналам](#)

Маркетинг

BTL
PR
Брендинг
Демаркетинг
Диджитал
Лоббизм
Маркетинговые исследования
Основы маркетинга
Потребительское поведение
Продажи

Менеджмент

Делопроизводство
Информационные технологии
Логистика
Менеджмент инноваций
Менеджмент качества
Общий менеджмент
Организационное развитие
Система управления
Стратегический менеджмент
Тайм-менеджмент

Персонал

Кадровая безопасность
Кадровая политика
Корпоративная культура
Мотивация
Оценка персонала
Подбор персонала
Производственные силы
Рынок труда
Сотрудничество
Специфика по функциям

Финансы

Бухгалтерский учет
Инвестирование
Корпоративные финансы
Кредитование
Макроэкономика
Микроэкономика
Управление рисками
Управленческий учет
Финансовое право
Финансовый менеджмент

[Все темы](#)[Все темы](#)[Все темы](#)

По темам

По отраслям

По журналам

B2B

Event-деятельность

HR

Аутсорсинг

Дистрибуция

Доставка и логистика

Консалтинг, аудит

Материально-техническое обслуживание

Проектное бюро

Реклама и маркетинг

Франчайзинг

Сегменты рынка

FMCG

ITДиджиталКультура и искусствоНаука и научное обслуживаниеОперации с недвижимым имуществомСегменты рынкаГеология и разведка недрЖилищно-коммунальное хозяйствоЛесное хозяйствоОбщественное питание

Кафе и рестораны

Промышленность

Лёгкая промышленность

Государственные и муниципальные органыКосметикаМедицинаОбщественные объединенияПолитика

Сельское хозяйство

B2B

Event-деятельность

HR

Аутсорсинг

Дистрибуция

Доставка и логистика

Консалтинг, аудит

Материально-техническое обслуживание

Проектное бюро

Реклама и маркетинг

Франчайзинг

Сегменты рынка

FMCG

Промышленные товары

Софт

Товары длительного пользования

Товары для детей

Товары премиум-класса

Услуги и сервис

IT

Диджитал

Культура и искусство

Наука и научное
обслуживание

Операции с недвижимым
имуществом

Социальное обеспечение

Торговля

Оптовая торговля

Розничная торговля

Экология

Геология и разведка недр

Жилищно-коммунальное
хозяйство

Лесное хозяйство

Общественное питание

Кафе и рестораны

Промышленность

Лёгкая промышленность

Лесная и деревообрабатывающая

Машиностроение и металлообработка

Пищевая промышленность

Полиграфическая промышленность

Промышленность строительных
материалов

Ракетно-космическая промышленность

Топливная промышленность

Государственные и
муниципальные органы

Косметика

Медицина

Общественные объединения

Политика

Сельское хозяйство

Строительство

Транспорт и связь

Финансы

По темам

По отраслям

По журналам

[Event-маркетинг](#)

[Бренд-менеджмент](#)

[Бухгалтер в издательстве](#)

[Интернет-маркетинг](#)

[Клиентинг и управление клиентским портфелем](#)

[Личные продажи](#)

[Логистика сегодня](#)

[Маркетинг и маркетинговые исследования](#)

[Маркетинг услуг](#)

[Маркетинг и финансы](#)

[Маркетинг розничной торговли](#)

[Маркетинг-дайджест](#)

[Менеджмент инноваций](#)

[Маркетинговое образование](#)

[Маркетинговые коммуникации](#)

[Менеджмент качества](#)

[Мотивация и оплата труда](#)

[Менеджмент сегодня](#)

[Менеджмент-дайджест](#)

[Поиск и оценка персонала](#)

[Стратегический менеджмент](#)

[Промышленный и b2b маркетинг](#)

[Реклама. Теория и практика](#)

[Управление каналами дистрибуции](#)

[Управление продажами](#)

[Управление корпоративной культурой](#)

[Управление корпоративными финансами](#)

[Управление проектами и программами](#)

[Управление финансовыми рисками](#)

[Управление развитием персонала](#)

[Управление человеческим потенциалом](#)

[Управленческий учет и финансы](#)

< 2022 >

август, №3



[Все номера](#)

Обложка

По темам

По отраслям

По журналам

Страница 1

2

3

4

5

6

7

Значение маркетинговых исследований для развития регионального туризма

В статье на примере Рязанской области и двух ее муниципальных образований (города Касимова и Касимовского муниципального района) раскрывается роль маркетинговых исследований и использования их результатов для развития регионального туризма. Обосновывается необходимость проведения исследований по таким направлениям, как экономический и туристский потенциал территории, ее востребованность и узнаваемость как объекта туризма, вклад туризма в развитие территориального образования.

Страниц: 9

Карвицкая Г.В., Эфендиев У.Н.

Рейтинг:

МиМИ – 2022, №3

Читать

Национальная идентичность как объект SWOT-анализа

В данной работе автор предлагает определение идентичности, не связанное исключительно с психоаналитической концепцией, философской и социологической трактовкой. Для раскрытия управлеченческой грани идентичности, формулирования целей и приоритетов государственной политики предлагается воспользоваться методикой SWOT-анализа. Методика демонстрирует возможность осмыслиения практики национально-государственного строительства в Кыргызстане в конкретный исторический период.

Страниц: 9

Алмакучуков К.М.

Рейтинг:

МиМИ – 2022, №3

Читать

2022

2021

2020

2019

№3

№4

№4

№4

№2

№3

№3

№3

№1

№2

№2

№2

№1

№1

№1

№1

2018

№4

2017

2016

2015

№3

№4

№6

№6

№2

№3

№5

№5

№1

№2

№4

№4

№1

№1

№3

№3

2014

№2

№2

№2

№6

2013

№1

№1

№5

№6

№4

№5

2012

2011

№3

№4

№7

№6

№2

№3

№6

№5

№4

№2

№5

№4

Поиск по наименованию или части наименования

производительность труда - Поиск +

https://grebennikon.ru/?phrase=производительность+труда

Авиабилеты Часто посещаемые Главная страница Ян... Сервисы Яндекса Начальная страница

Grebennikon ^β
Электронная библиотека

Незарегистрированный посетитель
Список загрузки 0 Логин Регистрация

производительность труда Найти

Рубрикатор Издания

Всё Статьи Видео Избранное 0 Сначала подходящие

Семь способов повысить производительность труда, используя заработную плату

В современной практике участились случаи неразумных попыток повысить производительность труда путем увеличения или снижения заработной платы. Зачастую работодатели стремятся усилить мотивацию сотрудников, но избирают для этого неверный путь. В статье рассмотрены ошибки и приведены способы правильного повышения производительности труда.

Страниц: 4
Митрофанова В.В.
Рейтинг: ^β
МОТ – 2018, №2

Читать

Рубрики

Персонал
 Менеджмент
 Маркетинг
 Финансы

Отрасль

Промышленность
 B2B
 Финансы
 Услуги и сервис
 Торговля
 Государственные и муниципальные органы
ещё

Импортозамещение в IT-сфере

Артонкина Н.В.

Скачать

Статья

Содержание

Авторы

Источники

Поделиться



Артонкина Надежда Викторовна

Руководитель группы администрирования ООО «НФП Бизнес решения».

г. Москва

Другие статьи в этом выпуске

Артонкина Н.В.

Импортозамещение в IT-сфере

Шишкина И.С.

Управление исполнением в сложных проектах

Юрченко А.В.

Организационный дизайн в сфере банковской безопасности с применением ключевых подходов теории ограничения систем (часть 1)

Управление исполнением в сложных проектах

Шишкина И.С.

[Скачать](#)[Статья](#)[Содержание](#)[Авторы](#)[Источники](#)[Поделиться](#)

Шишкина Ирина Сергеевна

Преподаватель МВА, консультант по процессному и проектному управлению, разработчик интеллектуальных HR-продуктов, преподаватель Московской бизнес-школы.

г. Москва

Другие статьи в этом выпуске

Артонкина Н.В.

Импортозамещение в IT-сфере



Шишкина И.С.

Управление исполнением в сложных проектах



Юрченко А.В.

Организационный дизайн в сфере банковской безопасности с применением ключевых подходов теории ограничения систем (часть 1)

Значение маркетинговых исследований для развития регионального туризма

Карвицкая Г.В., Эфендиев У.Н.

[Скачать](#)[Статья](#)[Содержание](#)[Авторы](#)[Источники](#)[Поделиться](#)

Карвицкая Галина Владиславовна

К. Э. н.

доцент

Доцент кафедры предпринимательства и планирования экономической деятельности Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина



Эфендиев Умар Нариманович

К. Э. н.

доцент

Доцент кафедры предпринимательства и планирования экономической деятельности Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина

Другие статьи в этом выпуске

[Черенков В.И., Старов С.А., Гладких И.В., Таничев А.В.](#)

Инбрэндинг: вопросы генезиса, концептуализации, кодификации и целей

[Матковская Я.С.](#)

Направления трансформации маркетинговой деятельности российских компаний в условиях девальвации отечественного рынка b-2-c

[Перфилова В.Д., Ценина Е.В.](#)

Использование интегрированных маркетинговых коммуникаций для бренда на рынке FMCG

Логика тайцзи: инструмент для решения управленческих проблем в эпоху VUCA

Динг Р.

Скачать

Статья

Содержание

Авторы

Поделиться



Динг Ронггуй

главный редактор
профессор

Профессор Шаньдунского университета, научный
руководитель соискателей степени доктора наук, главный
редактор журнала Project Management Review, вице-
президент IPMA.

Китай

Другие статьи в этом выпуске

Танака Х.

Увеличение гибкости корпоративного предприятия с
помощью прикладного управления проектами



Динг Р.

Логика тайцзи: инструмент для решения управленческих
проблем в эпоху VUCA



Петров М.Н.

Об актуальной парадигме проектного менеджмента

Увеличение гибкости корпоративного предприятия с помощью прикладного управления проектами

[Скачать](#)

Танака Х.

[Статья](#)[Содержание](#)[Авторы](#)[Источники](#)[Поделиться](#)

Танака Хироши

Эксперт.

г. Токио, Япония

Один из лидеров мирового сообщества управления проектами с 40-летним опытом руководящей работы в качестве основателя и президента Ассоциации управления проектами Японии (PMAJ), президента Японского форума по управлению проектами (JPMF), преподавателя управления проектами в вузах Европы, Японии и Африки.

Взаимодействие между организациями и проектами

Кнопфель Г.

Скачать

Статья

Содержание

Авторы

Поделиться



Кнопфель Ганс

Член правления и консультативного совета компании

Rosenthaler + Partner Ltd. (Цюрих).

г. Цюрих, Швейцария

Председатель Совета управления валидацией сертификации IPMA, президент Швейцарского общества управления проектами (Swiss Society for Project Management), входил в основную группу разработки ICB 3.0. Автор более 50 статей на немецком и английском языках.

Найти

Библиотека / Автор

Скоробогатых Ирина Ивановна



д. э. н. профессор



Заведующая кафедрой маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова.

г. Москва

Биография

Статьи в библиотеке 38

Другие работы 23

Поделиться

Биография

Статьи в библиотеке 38

Другие работы 23

Поделиться

Marketing tools for development of the tourist and recreational area

Journal of Environmental Management and Tourism

journal-article | 2018

DOI: [10.14505//jemt.9.2\(26\).16](https://doi.org/10.14505/jemt.9.2(26).16) | [источник](#)

Indication of the influence of motivational significance of values underlying young consumers' preferences for basic consumer products

Journal of Applied Economic Sciences

journal-article | 2018

DOI: [10.111/J.1843-6110](https://doi.org/10.111/J.1843-6110) | [источник](#)

Studying distributor-consultants' involvement into MLM business in the russian perfume and cosmetics market

Espacios

journal-article | 2018

[источник](#)

Analysis of Russian companies' practice of marketing orientation

Journal of Applied Economic Sciences

journal-article | 2017

[источник](#)

The strategy of green university: Russian experience of implementation

Proceedings of 2017 10th International Conference Management of Large-Scale System Development, MLSD 2017

conference-paper | 2017

DOI: [10.1109/MLSD.2017.8109654](https://doi.org/10.1109/MLSD.2017.8109654) | [источник](#)



Is this you? [Sign in to start editing](#)

 [Printable version](#)

Name

Irina Skorobogatykh

[Collapse all](#)

Activities

 [Sort](#)

▼ Employment (1)

[Websites & social links](#) ▶

Plekhanov Russian University of economics

[Other IDs](#) ▶

ResearcherID: Q-9215-2016
Scopus Author ID: 23973655400
Scopus Author ID: 57188741772

[Keywords](#) ▶

Marketing, marketing research.

Rossijskij ekonomiceskij universitet imeni G V Plehanova: Moskva, Moscow, RU

1989-09-01 to present | Head of the Department (Marketing)

[Show more detail](#)

Source: Irina Skorobogatykh

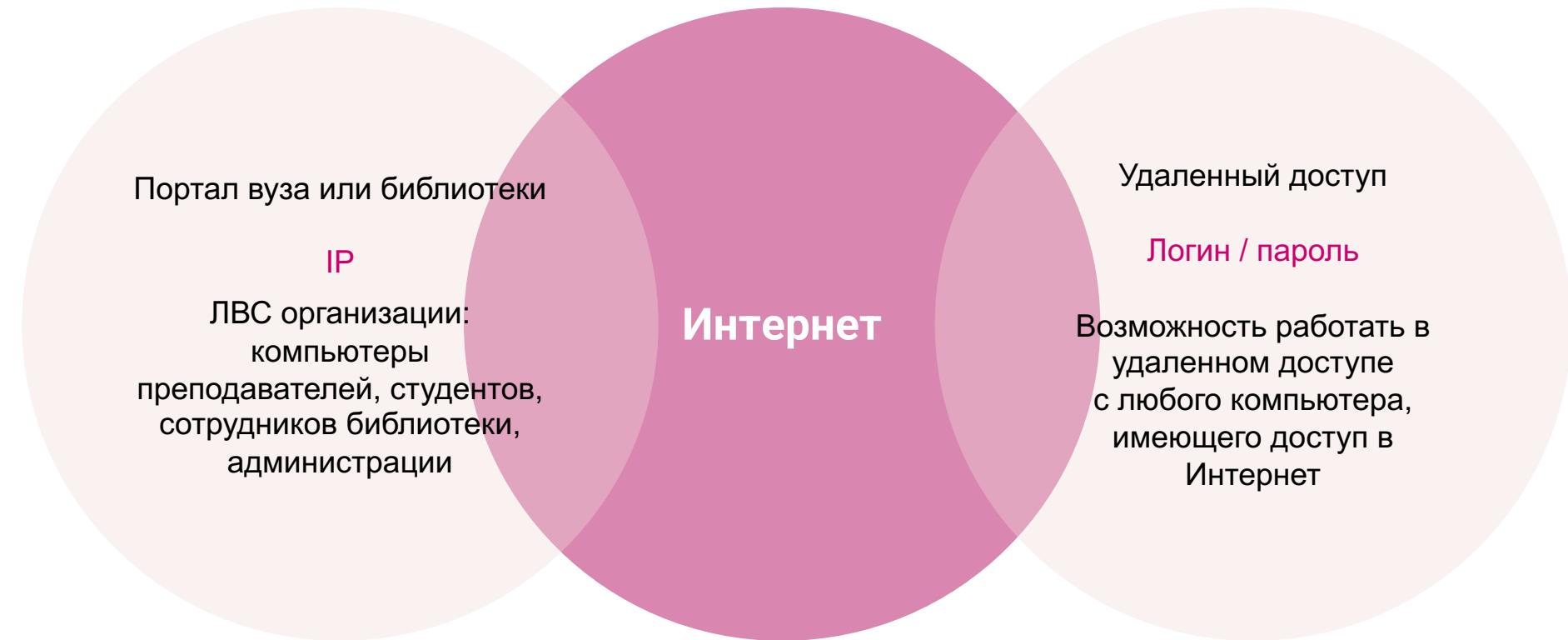
▼ Education and qualifications (1)

 [Sort](#)

Rossijskij ekonomiceskij universitet imeni G V Plehanova: Moskva, Moscow, RU

 [Помощь](#)

Электронная библиотека Grebennikon: интеграция





Специальное предложение

В случае оформления подписки на
определенное количество печатных журналов
доступ к электронной библиотеке
Grebennikon предоставляется **бесплатно**, в
качестве бонуса – на период оформленной
печатной подписки.



Специальное предложение

При сотрудничестве с главной библиотекой региона (областной, национальной или краевой библиотекой) доступ к ЭБ Grebennikon получают и **муниципальные библиотеки данного региона.**

Рубрикатор

Издания

Услуги

Новости

Факты 

Тестовый доступ

Найти

Библиотека / Актуальные новости и события

Актуальное

Актуальное

Тематика наших публикаций

Маркетинг

Менеджмент

Персонал

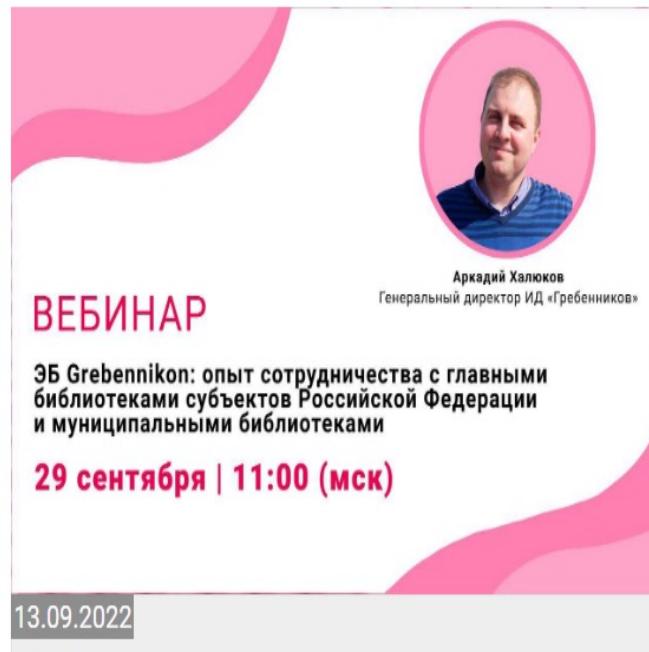
Финансы

[Все рубрики](#)

Практика и отраслевые исследования

B2B

IT



ВЕБИНАР

ЭБ Grebennikon: опыт сотрудничества с главными библиотеками субъектов Российской Федерации и муниципальными библиотеками

29 сентября | 11:00 (мск)

13.09.2022

Электронная библиотека «Grebennikon»
Издательского дома «Гребенников» внесена
в реестр программного обеспечения РФ



YouTube-канал Издательского дома «Гребенников»

YouTube channel interface for 'Издательский дом «Гребенников»'.

VEBINAР

ЭБ Grebennikon: опыт сотрудничества с главными библиотеками субъектов Российской Федерации и муниципальными библиотеками

29 сентября | 11:00 (мск)

Аркадий Халюков
Генеральный директор ИД «Гребенников»

Издательский дом «Гребенников»
41 подписчик

Вы подписаны

21

Поделиться

Создать клип

Сохранить

...

<https://www.youtube.com/watch?v=EKyoyCp3HKk&t=47s>

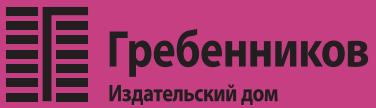
Интеграция ЭБ Grebennikon в социальные медиа

Цель создания Telegram-канала –
усиление интерактивных коммуникаций
между издательством, авторами
и читателями.

<https://t.me/grebennikon>



Подписывайтесь
на наш Telegram-канал и следите за
новостями!



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Издательский дом
«Гребенников»

127254, Россия, г. Москва,
Огородный проезд, д. 5, стр. 6,
+7 (495) 147-3110,
library@grebennikov.ru



КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



Кристина Халюкова

директор по развитию Издательского дома «Гребенников»,
кандидат технических наук

+7-495-147-31-10,

halyukova@grebenников.ru