



**В издании рассмотрены** основные темы курса «Инновационный менеджмент», представленные в виде таблиц и схем для лучшего усвоения материала, изучаемого в рамках учебного плана студентами бакалавриата, обучающихся по направлению 080500.62 «Менеджмент», а также для магистрантов второго года обучения, направление 080500.68 «Магистр менеджмента», программа 6828 «Производственный менеджмент». Пособие может быть полезно для студентов вузов, изучающие экономические дисциплины, практических работников и специалистов. Учебное пособие одобрено на заседании Методической комиссии Тульского филиала Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего профессионального образования "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации".



**В учебном пособии** в систематизированной форме изложены теоретико-методологические основы функционирования и развития города и комплекса городского хозяйства, позволяющие составить целостное научно-практическое представление об особенностях и принципах эффективного управления отраслями городского хозяйства. Учебное пособие может быть использовано в первую очередь студентами, специалистами на завершающем этапе обучения и магистрами в основном курсе по специальности «Государственное и муниципальное управление», а также в ряде смежных специальностей, в системе дополнительного профессионального образования, слушателями курсов повышения квалификации и переподготовки государственных и муниципальных служащих.



**Учебное пособие** посвящено исследованию современных технологий разработки средств рекламы на основании системных подходов в ее технологическом анализе, начиная с истории развития проторекламы до современных и перспективных — мультимедийных. Раскрыты особенности технологических процессов в полиграфии, создании наружной, аудио- и видеорекламы, мультимедиа и интернет-рекламы. В пособии дается большое число практических примеров и ситуаций по применению рекламных технологий в конкретных маркетинговых ситуациях. Книга рекомендуется для студентов экономических специальностей вузов, изучающих по программе основы рекламы или рекламную деятельность, технологию производства рекламной продукции, а также преподавателей, специалистов, занимающихся вопросами теории и практики рекламы.



**Рассмотрены теоретические** и прикладные аспекты создания рекламного продукта, конкретные механизмы разработки и продвижения его основных разновидностей - рекламных стратегий, рекламных кампаний и рекламных сообщений, ключевые профессиональные требования, предъявляемые к творческим процессам создания рекламы. На основе анализа имеющегося практического опыта и наиболее перспективных методик, адаптированных к условиям современного рынка, проанализированы направления и возможности создания эффективного рекламного продукта.

**Книга предназначена** для студентов экономических направлений и специальностей вузов, изучающих цикл дисциплин маркетинга и рекламы, аспирантов, преподавателей, а также практических работников, занятых в сфере рекламного бизнеса.



Рассмотрены основные понятия, цели и задачи, функции рекламы, показана сущность целевых видов рекламы, дан анализ рекламного процесса и его структуры, разработаны основные положения планирования рекламной кампании с выделением концепции «уникального торгового предложения» и рекламного позиционирования, определены рекламные аргументы и стратегии, выделены исторические этапы развития рекламы, особенности, тенденции и проблемы развития отечественного рынка рекламы, дан анализ мирового рынка рекламы и международной рекламы, представлены основные виды рекламы в промышленности, а так же касающиеся мероприятий паблик рилейшнз

**Книга рекомендуется** для студентов экономических специальностей вузов, изучающих рекламу или рекламную деятельность по программе бакалавриата, а также преподавателей, специалистов, занимающихся теорией и практикой рекламы.



Изложены теоретические основы, методические рекомендации и практические подходы к моделированию и исследованию экономические процесс современных экономико-математических методов Большое место в пособии отводится постановке и решению экономических задач с использованием теории линейного программирования. Все рассматриваемые методы сопровождаются многочисленными примерами решения задач менеджмента организации, что обеспечивает более полное и эффективное восприятие материала. Пособие может быть полезно для студентов экономических специальностей, преподавателей и аспирантов, а также менеджеров предприятий. Учебное пособие одобрено на заседании Учебно-методического совета филиала ФГБОУ

ВПО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» в г. Туле.



**В учебном пособии** проанализированы теория и практика маркетинговой деятельности розничного торгового предприятия. Рассмотрены экономическая сущность и содержание розничной торговли, особенности маркетинга; выполнено исследование маркетинговой деятельности на примере ряда предприятий розничной торговли; приведен выбор типов магазинов в условиях маркетинговой стратегии; рассмотрены способы повышения качества торгового обслуживания, мерчендайзинг, торговый ассортимент магазина и др.

Для студентов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» и «Коммерция», а также практических работников предприятий розничной торговли.



**Изложены методические** рекомендации и расчетные технологии в исследовании маркетинговых коммуникаций, а также подходы к моделированию и исследованию экономических процессов на основе использования современных экономических методов. Рассмотряемые методы сопровождаются примерами решения задач, что обеспечивает более полное и эффективное восприятие материала.

Учебное издание одобрено на заседании Методической комиссии Тульского филиала Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего профессионального образования "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации".



**В практикуме** представлены основные теоретические положения и рассмотрены решения экономических задач на основе методов исследования систем управления.

Материал имеет практическую направленность и содержит набор заданий, контрольных вопросов и тестов. Практикум иллюстрируется конкретными примерами, подробными расчетами, таблицами и рисунками, облегчающими понимание и усвоение теоретических категорий.

Практикум предназначен для студентов, обучающихся по специальности 080507 «Менеджмент организации» и направлению 521500 «Менеджмент».



**В учебном пособии** представлены основные теоретические положения в области безопасности жизнедеятельности. Оно содержит сведения о классификации чрезвычайных ситуаций, Единой государственной системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, об опасных и чрезвычайных ситуациях природного, техногенного и социального характера и защите населения от их последствий, основах пожарной безопасности, проблемах национальной и международной безопасности РФ, гражданской обороне и ее задачах. Материал имеет практическую направленность и содержит набор практических заданий.

Предназначено для студентов всех специальностей и направлений вуза, а также для практических работников, интересующихся проблемами в области безопасности жизнедеятельности.



**Рассмотрены основные** понятия, цели и задачи, функции рекламного менеджмента, дан анализ рекламного процесса и его структуры, разработаны основные положения планирования рекламной кампании, определены рекламные стратегии, рассмотрены подходы в обосновании рекламного бюджета, методы контроля рекламного процесса и оценка эффективности рекламной кампании.

Книга рекомендуется студентам экономических специальностей вузов, (бакалавр), изучающим «Рекламный менеджмент» или «Рекламную деятельность», а также преподавателям, специалистам, занимающимся вопросами теории и практики рекламы.



Профессор **В.И. Антипина** и кандидат экономических наук, доцент **С.А. Васина** являются членами авторского коллектива, подготовившего целый ряд учебников и учебных пособий по дисциплинам "Экономическая теория" и "Мировая экономика".

В 2007 году в издательстве "Проспект" (г.Москва) вышел в свет очередной учебник с их участием - "Экономическая теория".

В учебнике на высоком теоретическом уровне излагаются современные подходы к изучению общих основ экономического развития, микроэкономики, макроэкономики, основ международных экономических отношений.

Особенностью этого учебника является доступность изложения, широкий охват экономических проблем трансформирующейся экономики. Практически в каждой теме излагаются особенности их решения в теории и российской практике.

Учебник в полной мере соответствует требованиям государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования. Он может быть полезен



также аспирантам и преподавателям вузов, студентам техникумов, колледжей и всем, интересующимся теорией и практикой экономического развития общества.



**Экономический потенциал** муниципального образования во многом определяется совокупностью разнообразных ресурсов - природных, трудовых, производственно-финансовых, правовых. Муниципальные образования развиваются как открытые социально-экономические системы: для них характерно комплексное развитие, чтобы как можно полнее использовать различные ресурсы и возможности, имеющиеся на их территории. Данным проблемам и посвящено учебное пособие "Экономика муниципального сектора".

Вместе с тем, благополучие человека человека, проживающего на конкретной территории не может рассматриваться в отрыве от экономического состояния этой территории. Именно анализ экономических ресурсов направлен на обеспечение здоровой среды, обитания и посвящен раздел, написанный доцентом **В.Э. Комовым** в учебном пособии "Экономика муниципального сектора"



**На западе еще в 70-е** годы сформировалось такое научно-практическое направление деятельности государства и бизнеса, как инновационный менеджмент, т.е. управление инновациями (нововведениями). В России проблема инноваций не только в научно-технической, но и социально-экономической сферах определена сегодня как приоритетное направление политики государства, регионов и предпринимательской деятельности. Овладевать инновационным менеджментом помогают учебники и учебные пособия, к числу которых относится работа «Инновационный менеджмент». Учебник подготовлен профессорско-преподавательским составом, включая зав.кафедрой «Менеджмента и маркетинга» филиала в г. Туле профессора **Ю.В. Шлыкова**. На примере Тульской области он изложил в учебнике вопрос о регулировании инновационной деятельности на региональном уровне. Учебник написан авторским коллективом в соответствии с новым образовательным стандартом для специальности 061100 «Менеджмент» по дисциплине «Инновационный менеджмент». В 14-ти главах учебника в научно-практическом плане изложены сущность, становление, развитие, формы и способы организации инновационного менеджмента, методика оценки эффективности инновационных проектов, т.е. все, что необходимо для получения базовых знаний об управлении процессов нововведений. Помимо этого, на примере обобщена организация менеджмента инновационных технологий дистанционного обучения в экономическом вузе, образовательного франчайзинга как новой технологии обучения. Издательский дом "Вузовский учебник" наградила

авторов бестселлера "Инновационный менеджмент", включая профессора Ю.В. Шлыкова, почетными дипломами "Золотое перо издательства".



**Соавтором данного практикума**, рекомендованного Советом вузов в качестве учебного пособия, является преподаватель кафедры «Менеджмента и маркетинга» доктор экономических наук, доцент **В.А. Поляков**. В книге приведены современные методы и расчетные материалы по применению инструментов маркетинга в практической деятельности предприятия.