

## Литература по брендинг

1. Аакер Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Д.Аакер. - М.: Гребенников, 2003. - 374 с.
2. Багиев Г. Л. Оценка стоимости бренда в контексте лояльности потребителей // Бренд-менеджмент. – 2006. - N 3. - С. 146-154.
3. Годин А. М. Брендинг: учебное пособие / А. М. Годин. – М.: Дашков и К, 2006. - 422 с.
4. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. - СПб. и др.: Питер, 2002. - 348 с.
5. Коэн М. Почему покупатели делают это / М. Коэн. – М.: Эксмо, 2008. - 191 с.
6. Макашева З. М. Брендинг / З. М. Макашева. - СПб [и др.]: Питер, 2011. - 283 с.
7. Рэнделл Д. Брендинг: крат. курс / Д. Рэнделл. - М.: Гранд: Фаир-Пресс, 2003. - 215 с.
8. Хейг М. Крупнейшие ошибки брендинга / М.Хейг. - СПб. Нева, 2003. - 191 с.
9. Шарков Ф. И. Брендинг и культура организации: учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью" / Ф. И. Шарков. - М.: Социальные отношения: Перспектива, 2003. - 266 с.
10. Эллвуд Я. 100 приемов эффективного брендинга / Я.Эллвуд. - СПб. и др.: Питер; Питер принт, 2002. - 367 с.
11. Гэд Т. 4D Брендинг. – Стокгольмская школа экономики, 2001 – 228 с.
12. Домнин В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб: Питер, 2002. – 352 с.
13. ЛеПла Ф.Дж. Интегрированный брендинг. – ИД «Нева», М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2003. – 320 с.
14. Моисеева Н.К. Брендинг в управлении маркетинговой активностью. – М., Омега – Л, 2003. – 419 с.
15. Прингл Х. Энергия торговой марки. – СПб, 2001. – 288 с.
16. Райс Э. Позиционирование: битва за узнаваемость. – СПб, 2001. – 288 с.
17. Роль рекламы в создании сильных брендов. – ИД «Вильямс», М., - 2005. – 483 с.
18. Траут Д. Большие бренды – большие проблемы. – СПб, 2002. – 240 с.
19. Траут Д. Новое позиционирование. СПб: Питер, 2001
20. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. От брендинга к бренд-билдингу. – М., Гелла-принт, 2004. – 320 с..