

Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Имидж России: концепция национального и территориального брендинга: монография / И.А. Василенко, Е.В. Василенко, В.Н. Ляпоров, А.Н. Люлько; под ред. И.А. Василенко; МГУ им. М.В. Ломоносова, фак. политологии, каф. рос. политики. – М.: Экономика, 2012. – 222 с.
2. Карпова, С.В. Брендинг: учебник и практикум / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014. – 438 с.
3. Кирьянова, Л.Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций / Учебное пособие. - Томский политехнический университет, 2011. —264 с.
4. Рожков, И.Я. Брендинг: учебник / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – М.: Юрайт, 2014. – 331 с.

Дополнительная литература

5. О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров: Закон РФ от 23.09.1992 № 3520-1.
6. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ.
7. Аакер, Дэвид. Создание сильных брендов / Пер. с англ. – М.:ИД Гребенникова, 2008.
8. Аакер Д. Как обойти конкурентов. Создаем сильный бренд/ Пер. с англ. В.Кузин. – СПб.: Питер, 2012.
9. Аакер, Д. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер. – М.: ИД Гребенникова, 2003
10. Васильева, О. А. Национальный брендинг России / О. А. Васильева // Маркетинг. - 2014. - № 1. - С. 54-59.
11. Визгалов, Д.В. Брендинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. — 158 с.
12. Гончарова, Н.А. Формирование системы управления туристской дестинацией (на примере Томской области): дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05 / Гончарова Наталья Александровна. – Санкт-Петербург., 2014. – 213 с.
13. Голубков, Е.П. О некоторых понятиях и терминологии маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. - 2003. - № 5.
14. Голубков, Е.П. Еще раз о понятии «бренд» // Маркетинг в России и за рубежом. - 2006. - № 2.
15. Гэд, Томас. 4 D Брэнддинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики. Пер. с англ. Марии Акая. М., 2012.
16. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики /пер. с англ. Сечная В. – М.:Манн, Иванов и Фербер, 2013. –380 с.
17. Дубейковский, В. А. Вовлечение жителей в разработку бренда города: классификация механизмов и методы оценки / В. А. Дубейковский // Вопросы государственного и муниципального управления. - 2014. - № 4. - С. 153-178.
18. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004.
19. Зорин, И.В. Менеджмент дестинаций. Учебные программы международных образовательных проектов уровней бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / И.В. Зорин // Туристские бренды – генератор развития территорий: материалы международной конференции, г. Вологда, г. Великий Устюг, 13-14 декабря 2011 года. – Режим доступа:http://russiaturforum.com/upload/presentation/004_plenarn_zorin_vologda.pdf.
20. Капферер, Жан-Ноэль. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Пер. с англ. Е.В.Виноградовой; под общей ред. В.Н.Домнина. М.: Вершина, 2007.
21. Келлер, Кевин Лейн. Стратегический брэнд – менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. 2-е издание.: Пер. с англ. – М.: ИД Вильямс, 2005.

22. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд / пер. с англ. – Санкт-Петербург.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 384 с.
23. Нэпп, Дуэйн. Политика брэнда / Пер. с англ. – СПб: ИД ВЕСЬ, 2003.
24. О'Гуинн Томас С., Аллен Крис Т., Семенник Ричард Дж. Реклама и продвижение брэнда. – 3-е изд./ Пер. с англ. под ред. С.Г.Божук. – СПб.: ИД Нева, 2004.
25. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий. – 2-е изд., доп. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
26. Райс, Лора, Райс, Эл. 22 закона создания брэнда / Пер. с англ. – М.: АСТ, 2003.
27. Рудая, Е.А. Основы бренд-менеджмента: Учебное пособие для студентов вузов / Е.А.Рудая. – М.: Аспект Пресс, 2006.
28. Сачук, Т.В. Территориальный маркетинг: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009. – 368 с.
29. Старов, С.А. Управление брендами: учебник. – СПб.: Высшая школа экономики, 2008. – 500 с.
30. Темпорал, П. Эффективный бренд - менеджмент / Пер. с англ. – СПб.: Нева, 2003.
31. Чармэссон, Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллионы. – СПб.: Питер, 1999.
32. Эллвуд, А. Основы брендинга: 100 приемов повышения ценности товарной марки/ Айен Эллвуд.- Пер. с англ. Т. Новиковой.- М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002.-336 с.
33. Anholt S. Competitive Identity The New Brand Management for Nations, Cities and Regions - Palgrave Macmillan, 2007.

Журналы: «Маркетолог», «Маркетинг в России и за рубежом», «Секрет фирмы», «Бренд-менеджмент», «Рекламный мир».

Электронные ресурсы

Национальный брендинг и брендинг территорий. Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/nation_branding.htm

Официальный сайт Международной организации по маркетингу дестинаций [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.destinationmarketing.org/faq>

Центр гуманитарных технологий. Информационно-аналитический портал. Режим доступа: <http://gtmarket.ru/>

American Marketing Association. Режим доступа: <http://www.ama.org>.

Interbrand. Режим доступа: <http://www.brand.com/>

Bates Worldwide. Режим доступа: <http://www.bates.com>