



**Высшая школа бизнеса**

**Библиотека**

**Москва  
2023**

# **Электронные ресурсы библиотеки**

**Магистерская программа «Маркетинг: цифровые технологии и маркетинговые коммуникации»  
Вебинар**



## Модель поисковой задачи

### 1. контекст проблемы (the problem context)

- специфичность цели (goal specificity)
- длительность (timeliness)
- объем результата (volume of the answer)

### 2. процесс поиска (the search process)

**Если специфичность цели низкая, длительность поиска высокая, а объем результата большой, то такой контекст проблемы характерен для исследовательского поиска**



## Виды поискового поведения ученого

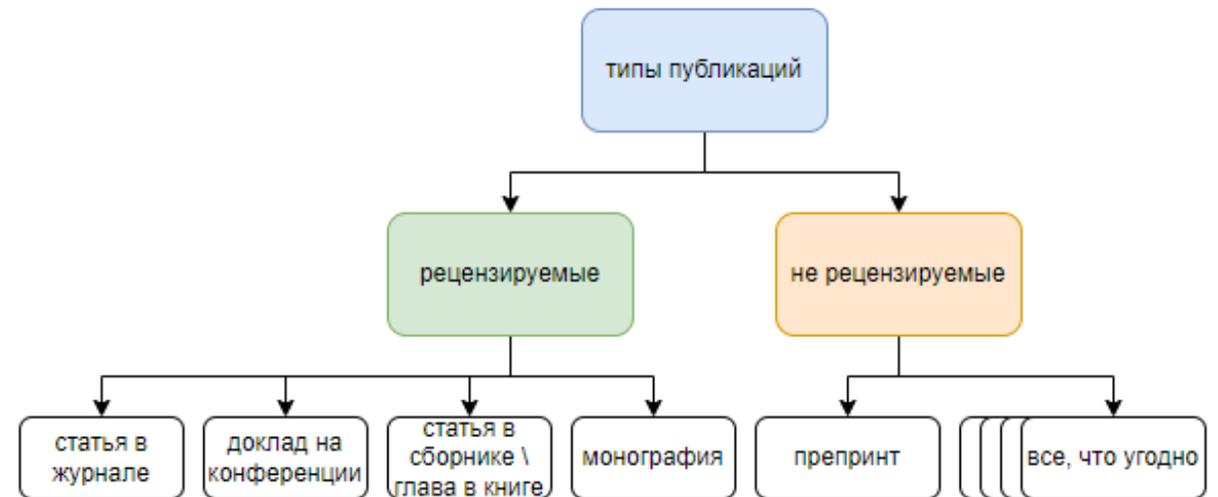
1. **начало исследования (starting)**
2. **анализ ссылок (chaining)**
3. **просмотр (browsing)**
4. **дифференцирование (differentiating)**
5. **мониторинг (monitoring)**
6. **извлечение (extracting)**
7. **верификация (verifying)**
8. **окончание исследования (ending)**

**Различия в поисковом поведении ученых разных специальностей несущественны**

## Типы научных публикаций

- **Статьи в научных журналах и других сериальных изданиях (труды научных обществ, институтов и т.д.)**
- **Монографии и сборники статей**
- **Тезисы докладов и материалы конференций**
- **Диссертации**
- **Отчёты**

**Из приведенного списка уместно учитывать только статьи (Article), обзоры (Review) и отдельно письма (Letter).**





## Электронные ресурсы библиотеки

### Составляющие электронной подписки Библиотеки

- Полнотекстовые зарубежные базы данных
- Полнотекстовые отечественные базы данных
- Реферативные базы и базы данных научного цитирования
- Специализированные базы данных
- Энциклопедии, словари и справочники
- Инструменты для работы с подпиской как единым информационным массивом

**Специфика академических электронных ресурсов – неанонимность, структурированность, постоянство, оперативная и полная индексация**

<https://library.hse.ru/e-resources>



## Классификация электронных ресурсов (по владельцу/вендору)

### 1. Издательства

Ресурсы: SpringerLink, ScienceDirect, Wiley Online Library, Cambridge Core, Oxford Academic, Grebennikon, Юрайт, book.ru, Проспект, МИФ...

### 2. Агрегаторы

Ресурсы: JSTOR, EBSCOhost, ProQuest, Gale, EastView, public.ru, ibooks...

### 3. (+ пограничные случаи)



# Полнотекстовые отечественные базы данных

## Навигация по разделу электронные ресурсы

### Электронные библиотечные ресурсы:



Предметная область

Маркетинг



Тип ресурса

Журналы



Язык ресурса

Русский

[eLIBRARY.RU](https://eLIBRARY.RU)

На платформе Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU размещены в полном тексте более 5000 русскоязычных или издаваемых отечественными издательствами журналов. Многие из них находятся в открытом доступе. Тематика изданий разнообразная, временной охват в среднем с 1999–2003 г. по настоящее время.

**new!** Кроме того, в подписку НИУ ВШЭ добавлено около [80 российских журналов](#), имеющих высокий научный статус: они входят в отобранный экспертами Russian Science Citation Index.

[Онлайн-доступ со всех компьютеров НИУ ВШЭ и извне \(по паролю\)](#)

**NB!** Для доступа к полным текстам пройдите на сайте бесплатную персональную регистрацию слева на заглавной странице, в навигационном блоке «Вход».

**Grebennikon**[Гребенников](#)

25 журналов, издаваемых Издательским домом «Гребенников», одним из ведущих отечественных издательств, специализирующимся на литературе по маркетингу, менеджменту и финансам. Среди журналов — [«Маркетинг и маркетинговые исследования»](#), [«Менеджмент сегодня»](#), [«Мотивация и оплата труда»](#), [«Управление корпоративными финансами»](#), [«Управление развитием персонала»](#) и др.

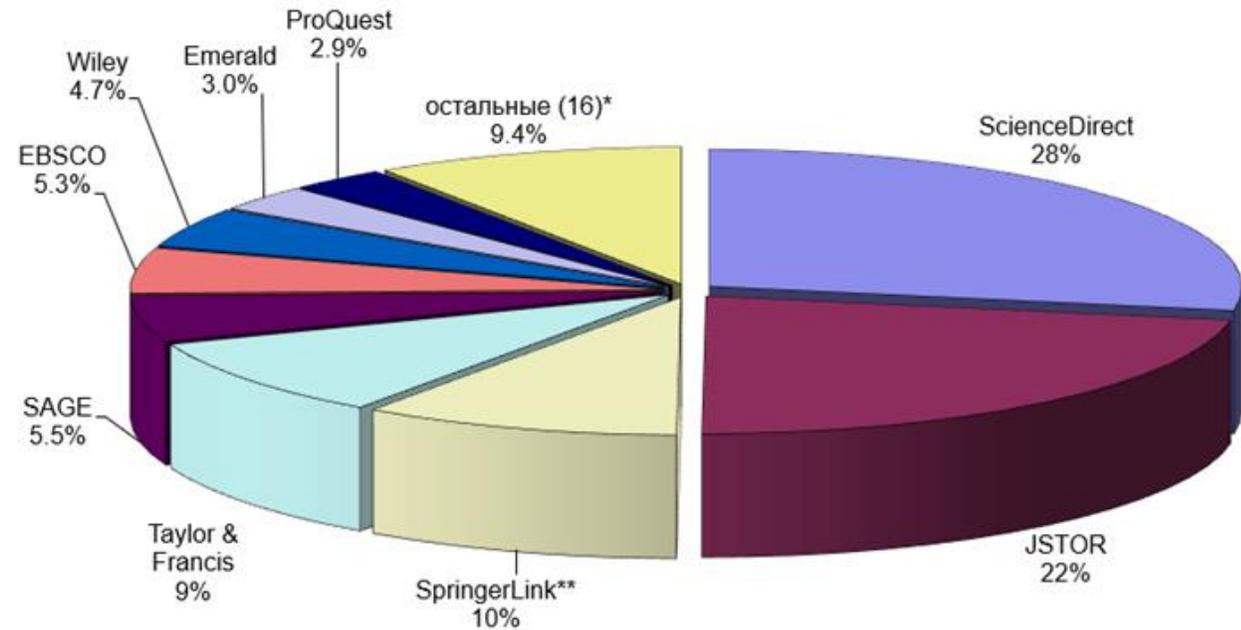
[Онлайн-доступ со всех компьютеров НИУ ВШЭ и извне \(по паролю\)](#)





## Приоритет качества над количеством

### Самые востребованные платформы за 2021 год



\*\* Падение доли SpringerLink обусловлено исключительно тем, что в 2020 г. и ранее для ресурса некорректно считался показатель «число открытых книжных глав». С этого года индикатор приведен в соответствие со стандартом COUNTER.

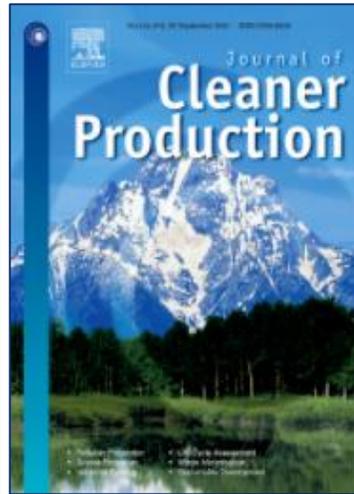


# Приоритет качества над количеством

## Самые читаемые журналы за 2021 год



9372 статьи



6065 статей



5070 статей



4801 статья



4381 статья

Science Direct

American Economic Association

Science Direct



## Электронные ресурсы библиотеки

### Недоступные электронные ресурсы в НИУ ВШЭ

1. **Annual Reviews** (статьи 2023 г.)
2. **Cambridge University Press** (статьи 2023 г.)
3. **Oxford University Press** (статьи 2023 г.)
4. **Institute of Physics** (статьи 2023 г.)
5. **Taylor & Francis** (статьи 1997–2023 гг.)
6. **Factiva** (вся платформа)
7. **Passport** (вся платформа)
8. **Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)** (материалы доступны по 2021 г.)
9. **ProQuest** (вся платформа)
10. **Web of Science** (вся платформа)
11. **DigiZeitschriften** (вся платформа, кроме журналов открытого доступа )
12. **Gale General OneFile** (вся платформа)
13. **O'Reilly Academic** (вся платформа)
14. **INSPEC** (вся база)
15. **Scopus** (вся платформа)
16. **APA PsycArticles** (вся платформа)
17. **EBSCO** (с 03.02.2022 журналы, выпущенные в России и Белоруссии)



## Электронные ресурсы библиотеки

### Новые электронные ресурсы Библиотеки

1. **CNKI (China National Knowledge Infrastructure)**
2. **World Scientific**
3. **SAE International (Society of Automotive Engineers)**
4. **Bentham Science**
5. **Begell House (Begell Engineering Research Collection)**
6. **Wiley Blackwell Encyclopedias**
7. **The Royal Society of Medicine Collection, published by SAGE**
8. **Cochrane Library**



## Подходы к поиску научной информации

- 1. Поиск статей и книг по ключевым словам.**
- 2. Ассоциативный поиск — по связям между документами (цитированиям, ссылкам, схожим документам и темам).**
- 3. Поиск по ученым.**
- 4. Поиск по журналам, главам из книг.**
- 5. Рекомендательные алгоритмы, встроенные в бесплатные менеджеры статей (Mendeley и другие).**
- 6. Рекомендации коллег, преподавателей и знакомых ученых.**



## Подходы к поиску научной информации

### Поиск статей и книг по ключевым словам

Ключевые слова должны отражать прежде всего терминологическую область статьи:

- какие термины используются в статье?
- с какими терминами может быть логически связана статья?
- с какими названиями организаций, персон, географических областей и т.п. ассоциируется статья?

**Ключевые слова (от англ. keyword) – это определенные слова из текста, способные представить наиболее значимые слова, по которым может вестись оценка и поиск статьи**



## Подходы к поиску научной информации

### Российский журнал менеджмента

**1. Роль неоднородного контекста в формировании практик корпоративной социальной ответственности в России.** <https://doi.org/10.21638/spbu18.2022.205>

**Ключевые слова:** практики КСО, институциональная теория, организационные поля, контекст, Россия

**2. Практики разработки стратегий CRM в российских компаниях.** <https://doi.org/10.21638/11701/spbu18.2017.405>

**Ключевые слова:** стратегические аспекты управления взаимоотношениями с клиентами, стратегия CRM, внедрение CRM, российский рынок

**3. Индивидуальный подход к клиенту в онлайн-ритейле.** <https://doi.org/10.21638/spbu18.2022.204>

**Ключевые слова:** индивидуализированный клиентский опыт, персонализация контента, кастомизация продукта, гуманизация взаимодействия



## Подходы к поиску научной информации

International Journal of Information Management (**Customer experience management**)

1. Fluidity and the **customer experience** in digital platform ecosystems. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102599>

**Keywords:** Platform, Ecosystem, Digital, Fluidity, **Customer experience**

2. Exploiting **user experience** from online **customer reviews** for product design. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.12.006>

**Keywords:** Design informatics, **User experience**, Information modeling and management, Opinion mining, Online review, Product design

3. Simple database marketing tools in **customer analysis** and retention. [https://doi.org/10.1016/S0268-4012\(03\)00052-5](https://doi.org/10.1016/S0268-4012(03)00052-5)

**Keywords:** Database marketing, Marketing tools, **Customer analysis**, Credit-card companies



## Подходы к поиску научной информации

Keyword search: **Digital marketing**

**1. Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions.**

<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>

**Keywords:** Artificial intelligence, Augmented reality marketing, **Digital marketing**, Ethical issues, eWOM, Mobile marketing, Social media marketing

**2. How digital marketing evolved over time: A bibliometric analysis on Scopus database.**

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08603>

**Keywords:** Bibliometric analysis, **Digital marketing**, 4th industrial revolution, Scopus database

**3. Digital content marketing in business markets: Activities, consequences, and contingencies along the customer journey.**

<https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.06.006>

**Keywords:** Digital content marketing, Customer centricity, Customer journeys, Customer engagement, **Digital marketing**, Theories-in-use approach, Conceptualization





## Подходы к поиску научной информации

### Поиск статей и глав из книг по ключевым словам

#### Где искать?

**Scopus** – доступен поиск по авторам и журналам

**WoS ([Master Journal List](#))** – просмотр журналов, доступна краткая информация об интересующем вас журнале

#### Есть ли альтернативы?

**[Dimensions.ai](#)** – доступен поиск по авторам и журналам

**[Bielefeld Academic Search Engine \(BASE\)](#)** – точка доступа к научной информации

**[Scilit.net](#)** – поиск исследовательских статей



# Подходы к поиску научной информации

**Dimensions - полнотекстовая информационно-аналитическая база данных публикаций (открытый доступ), грантов, патентов**

DOI: 10.1177/0954406211425758

Префикс – код издательства      Суффикс – код материала издательства

- где находится документ (URL);
- его полное название;
- иные определители: ISBN (для электронной книги), ISSN (для журнала);
- страницы, том и номер выпуска, год издания и др.

Dimensions <https://app.dimensions.ai/discover/publication/>

The screenshot shows the Dimensions database interface with the search term "digital marketing". The left sidebar contains a "FILTERS" section with a "PUBLICATION YEAR" filter highlighted in red, listing years from 2014 to 2023 with corresponding publication counts. The main content area displays a list of publications, including "How digital marketing evolved over time: A bibliometric analysis on scopus database" and "Prevalence and Perceived Effectiveness of Pharmaceutical Digital Marketing among Community Pharmacies in Saudi Arabia: A Cross-Sectional Questionnaire-Based Survey". A "Citations" chart on the right shows a line graph of publications from 2014 to 2023, with a total of 10.4 million citations and a mean of 11.57.



## Подходы к поиску научной информации

**Dimensions** - полнотекстовая информационно-аналитическая база данных публикаций (открытый доступ), грантов, патентов



### RESEARCH CATEGORIES



### RESEARCHERS



### PUBLICATION TYPE

35 Commerce, Management, Tourism and Services	181,736
46 Information and Computing Sciences	177,096
44 Human Society	70,288
3507 Strategy, Management and Organisational Behaviour	65,899
3506 Marketing	63,539

<a href="#">Saul I Gass</a>	400
University of Maryland, College Park, United States	
<a href="#">Yogesh Kumar Dwivedi</a>	398
Swansea University, United Kingdom	
<a href="#">Roger J R Levesque</a>	381
Indiana University Bloomington, United States	
<a href="#">Iztok Podbregar</a>	196
University of Maribor, Slovenia	
<a href="#">Nripendra Pratap Rana</a>	181
Qatar University, Qatar	

<input type="radio"/> Article	441,443
<input type="radio"/> Chapter	248,374
<input type="radio"/> Edited Book	68,706
<input type="radio"/> Monograph	60,304
<input type="radio"/> Proceeding	50,563
<input type="radio"/> Preprint	27,301

[Marketing](#)

[Roberts C H Law](#) (University of Macau, China)



# Подходы к поиску научной информации

## Пример

Ссылка на статью [The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance](#) in *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(4), 666-688 - April 2022 в Dimensions

Ссылка на статью на [издательской платформе в Springer](#)

Publication citations - 6 [Show all](#)

[Leveraging big data for strategic marketing: A dynamic capabilities model for incumbent firms](#)

Claire Brewis, Sally Dibb, Maureen Meadows  
2023, *Technological Forecasting and Social Change* - Article

View PDF Add to Library

[Performance analysis of social media platforms: evidence of digital marketing](#)

Roger da Silva Wegner, Deoclécio Junior Cardoso da Silva, Claudimar Pereira da Veiga, Vania de Fátima Barros Estivaleta, Vanessa Piovesan Rossato, Michel Barboza Malheiros  
2023, *Journal of Marketing Analytics* - Article

Get PDF Add to Library

Publication references - 141 [Show all](#)

[Wage Inequality: Its Impact on Customer Satisfaction and Firm Performance](#)

Boas Bamberger, Christian Homburg, Dominik M. Wielgos  
2021, *Journal of Marketing* - Article

Citations < 12 Open Access Add to Library

[Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda](#)

Peter C. Verhoef, Thijs Broekhuizen, Yakov Bart, Abhi Bhattacharya, John Qi Dong, Nicolai Fabian, Michael Haenlein  
2021, *Journal of Business Research* - Article

Citations < 760 View PDF Add to Library



# Подходы к поиску научной информации

Publication references - 141 [Show all](#)

[Wage Inequality: Its Impact on Customer Satisfaction and Firm Performance](#)  
Boas Bamberger, Christian Homburg, Dominik M. Wielgos  
2021, Journal of Marketing - Article

12

[Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda](#)  
Peter C. Verhoef, Thijs Broekhuizen, Yakov Bart, Abhi Bhattacharya, John Qi Dong, Nicolai Fabian, Michael Haenlein  
2021, Journal of Business Research - Article

760

**The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance**

Christian Homburg<sup>1,2</sup> • Dominik M. Wielgos<sup>1</sup>

Received: 17 July 2020 / Accepted: 3 March 2022 / Published online: 20 April 2022  
© The Author(s) 2022, corrected publication 2022

**Abstract**  
Digital transformation of the marketing organization forces firms to develop new digital marketing capabilities (DMCs) to remain competitive. However, despite considerable academic and managerial interest, the value relevance of DMCs beyond the value achieved through classic marketing capabilities (CMCs) remains unclear. Similarly, research investigating the interaction effect of DMCs and CMCs is scarce. We address both research gaps by drawing on a mixed-methods approach combining in-depth interviews and a multi-industry, multisource dataset. The results reveal that DMCs significantly contribute to firm profitability beyond the influence of CMCs. Drawing on the contingent view of resource-based theory, we investigate the moderating influence of organizational and environmental contingencies on the interaction effect of DMCs and CMCs. This investigation reveals important tradeoffs that result in actionable managerial implications for realizing the complementarity potential—and preventing the substitutive potential—of a firm’s DMCs and CMCs.

**Keywords** Digital marketing · Digital marketing capabilities · Marketing strategy · Firm performance

Marketing capabilities are complex bundles of firm-level skills and knowledge embedded in organizational processes that carry out marketing tasks and firm adaptation to marketplace changes (Moorman & Day, 2016; Morgan et al., 2012, 2018). They are widely accepted as significant drivers of firm performance (Moorman & Day, 2016). However, to keep up with “profound transformations in practice enabled by the digitization of marketing activities” (Moorman & Day, 2016, p. 6), firms are forced to develop “[n]ew digital capabilities and, specifically, digital marketing capabilities” (Verhoef & Bijmolt, 2019, p. 4). Digital marketing capabilities (DMCs) refer to a firm’s ability to use digital technology-enabled processes to interact with customers and partners in a targeted, measurable, and integrated way to create new forms of value without regard for distance or time (Kannan & Li, 2017; McIntyre & Virzi, 2019; Sridhar & Fang, 2019). Although managers’ interest in digital marketing has generated a rich body of literature that has substantially contributed to the marketing discipline (see Kannan & Li, 2017; Lambertson & Stephen, 2016; Yadav & Pavlou, 2014), research in the domain of DMCs is scarce.<sup>1</sup> This scarcity is particularly surprising, as both academics (Kannan & Li, 2017; Moorman, 2016; Verhoef & Bijmolt, 2019) and practitioners (Galante et al., 2013; Sayre et al., 2012) have repeatedly “urge[d] scholars to examine these newer capabilities” (Moorman & Day, 2016, p. 12). Despite their valuable contributions, the few empirical studies that have investigated capabilities in digital marketing are subject to at least two major limitations. First, no clear understanding exists of whether DMCs matter to firm performance (see Table 1). This is because

Stefan Weysser served as Area Editor for this article.

<sup>2</sup> Christian Homburg  
homburg@bwl.uni-mainzheim.de

Dominik M. Wielgos  
dominikwielgos@yahoo.de

<sup>1</sup> University of Mainzheim, 68131 Mainzheim, Germany

<sup>2</sup> Alliance Manchester Business School, Manchester M13 9SS, UK

<sup>3</sup> according to Heugens et al. (2020, p. 276), in the marketing literature, “most attention has been given to the tremendous opportunities digital marketing presents, with little attention on the actual related competences that firms need to be successful.” In a similar vein, a rich body of sales research has been devoted to the adoption, use, and impact of information technology (e.g., customer relationship management, sales force automation) on the sales process (e.g., Alcantar et al., 2007; Aboume et al., 2008; Park et al., 2010). However, empirical research focusing on recent developments of sales digitization and digital transformation in science, especially in the domain of firm capabilities (Singh et al., 2019).

Publication citations - 6 [Show all](#)

[Leveraging big data for strategic marketing: A dynamic capabilities model for incumbent firms](#)  
Claire Brewis, Sally Dibb, Maureen Meadows  
2023, Technological Forecasting and Social Change - Article

[Performance analysis of social media platforms: evidence of digital marketing](#)  
Roger da Silva Wegner, Deoclécio Junior Cardoso da Silva, Cláudio Pereira da Veiga, Vania de Fátima Barros Estivalet, Vanessa Piovesan Rossato, Michel Barboza Malheiros  
2023, Journal of Marketing Analytics - Article

1977

42k

2003

2022

2023



## Подходы к поиску научной информации

### Bielefeld Academic Search Engine (BASE) – точка доступа к научной информации

### Ссылка на статью [Digital Marketing and its Importance in Various Fields](#) в журнале *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*

Entire Document  digital marketing

Verbatim search  Additional word forms  Multi-lingual search

Boost open access documents

Retain my current filters

4,265 hits in 321,426,982 documents

1. Digital Marketing and its Importance in Various Fields ...

Author: Girish Rao [claim] ; Dr. Deepanshu Agarwal [claim]

Description: This paper deals with the concept of **digital marketing** and its importance in various fields. **Digital marketing** allows small businesses to compete with a much smaller advertising budget. At the point when overseen viably, it gives them laser...

Publisher, Year: Zenodo, 2019

Document Type: article-journal ; Journal article ; ScholarlyArticle ; Text ; [Article contribution ; Text]

Content Provider: DataCite Metadata Store (TIB Hannover)  
DataCite Metadata Store (German National Library of Science and Technology) ⓘ

Citations

Cited by

More Versions

Detail View | Email this | Add to Favorites | In Google Scholar | Export Record

2. Digital Marketing and its Importance in Various Fields ...

Author: Girish Rao [claim] ; Dr. Deepanshu Agarwal [claim]

Description: This paper deals with the concept of **digital marketing** and its importance in various fields. **Digital marketing** allows small businesses to compete with a much smaller advertising budget. At the point when overseen viably, it gives them laser...

Publisher, Year: Zenodo, 2019

Document Type: article-journal ; Journal article ; ScholarlyArticle ; Text ; [Article contribution ; Text]

Content Provider: DataCite Metadata Store (TIB Hannover)  
DataCite Metadata Store (German National Library of Science and Technology) ⓘ

Citations

Sort Your Results

Relevance

Remove Filters

Subject: Marketing

Document Type: Article contribution

Refine Search Result

Author

Subject

Dewey Decimal Classification (DDC)

Year of Publication

Content Provider

Language

Document Type

Access

Terms of Re-use



# Подходы к поиску научной информации

Scilit.net – поиск исследовательских статей

Ссылка на статью [Managing Digital Transformation in Marketing: "Fusion of Traditional Marketing and Digital Marketing"](#) в журнале *Pandawan in International Transactions on Artificial Intelligence* (italic)

**Refine Search**

Search within results...

From To

Clear Dates

- Open Access
- Preprints
- Full-Text available

- ▶ Authors
- ▶ Types
- ▶ Languages
- ▶ Publication year
- ▶ Countries
- ▶ Publishers
- ▶ Source Title
- ▶ Article Status
- ▶ Institutes

Refine results

**Results: 4,030** (searched for: (title:(digital marketing) OR abstract:(digital marketing)))

Page 1 of 81 | Articles per Page 50 | by Relevance

Save to Scifeed

Show export options

**An Overview of Digital Marketing**  
Roshani Atar, B.T. Jadhav, J. A. Wagh  
Published: 8 December 2021 by Elsevier BV  
Journal: Ssrn Electronic Journal  
Ssrn Electronic Journal; <https://doi.org/10.2139/ssrn.3980984>  
[Show/hide abstract](#)

Preprint ACCESS

[Publisher Website](#)

[Full-Text](#)

[Google Scholar](#)

**Digital Business Ecosystems & Marketing**  
Priya Premi, Keyoor Purani  
Published: 1 January 2020  
Journal: RePEc  
[Show/hide abstract](#)

Preprint ACCESS

[Publisher website](#)

[Google Scholar](#)

**Current Trends in Digital Marketing**  
Published: 18 April 2022 by Elsevier BV  
Journal: Ssrn Electronic Journal  
Ssrn Electronic Journal; <https://doi.org/10.2139/ssrn.4086223>  
[Show/hide abstract](#)

Preprint ACCESS

[Publisher Website](#)

[Full-Text](#)

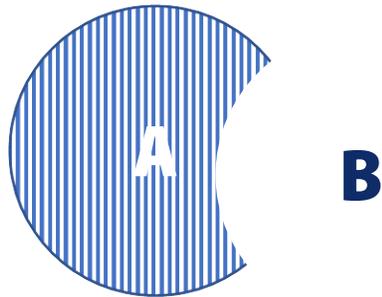
[Google Scholar](#)

New Search

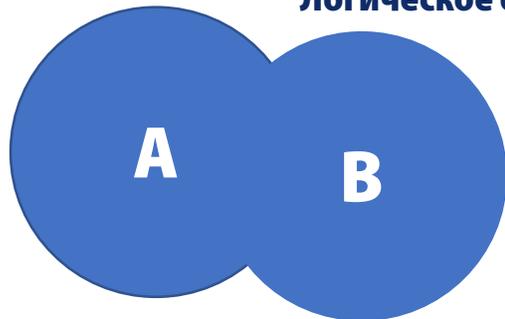
# Подходы к поиску научной информации

Поиск статей и глав из книг по ключевым словам

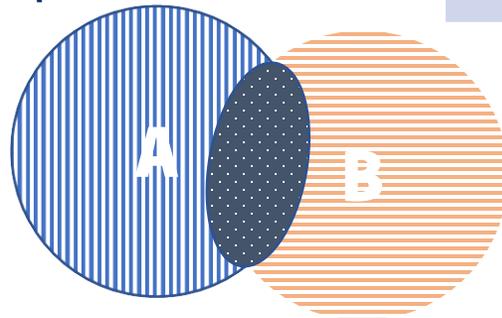
Логические операторы: OR, AND и AND NOT



Логическое отрицание. A НЕ B



Логическое сложение. A ИЛИ B



Логическое умножение. A И B

Логический оператор	Пример
<b>OR (дизъюнкция)</b>	Должен присутствовать по крайней мере один термин, например <b>Customer experience OR Digital marketing</b> (10,074,674 результатов поиска)
<b>AND (конъюнкция)</b>	Должны присутствовать оба термина, например <b>Customer experience AND Digital marketing</b> (9,511 результата поиска)
<b>AND NOT (инверсия)</b>	Исключает один термин, например <b>Customer experience AND NOT Digital marketing</b> (61,512 результатов поиска)



# Подходы к поиску научной информации

Поиск статей и глав из книг по ключевым словам

Логические операторы: OR, AND и AND NOT

Поиск по: [зарубежные электронные ресурсы](#)

customer experience TX All Text Search

AND Digital marketing TI Title Clear ?

AND Select a Field (optional) + -

[Basic Search](#) [Advanced Search](#) [Search History](#)

[EBSCO Discovery Service](#): поиск по всей электронной подписке

Search Results: 1 - 50 of 9,511 Relevance Page Options Share

1. [Unity of Experience in Digital Marketing Paper: The Example of the Gaming Company Fnatic](#)  

 Conference

By: Kanazir, Stefan; Kuleto, Valentin; Sevic, Nevenka Popovic; Ilic, Milena; Vukovic, Vladimir; Pantic, Marija. In: 2022 IEEE Zooming Innovation in Consumer Technologies Conference (ZINC) Zooming Innovation in Consumer Technologies Conference (ZINC), 2022 IEEE. :117-122 May, 2022; IEEE Language: English, Database: IEEE Xplore Digital Library

**Subjects:** Aerospace; Communication, Networking and Broadcast Technologies; Components, Circuits, Devices and Systems; Computing and Processing; Engineering Profession; General Topics for Engineers; Power, Energy and Industry Applications; Robotics and Control Systems; Signal Processing and Analysis; Transportation; Industries; Technological innovation; Pandemics; Companies; Games; User experience; Information technology; brand experience; customer experience; e-sport; gaming industry; unity of experience; user experience

 Get Full Text at [IEEE Xplore](#)

2. [Digital Marketing Insights](#)  

 eBook

By: Kumar, Satinder. [S.I.] : Astral International Pvt Ltd. 2020. eBook., Database: eBook Academic Collection (EBSCOhost)

**Subjects:** BUSINESS & ECONOMICS / General; Marketing--Management; Internet marketing

 PDF Full Text   Full Download

[Table of Contents](#) [Most Relevant Pages From This eBook](#)

Results from Video Providers (3 of 14) View all results





# Подходы к поиску научной информации

## Поиск по ученым

### Что нужно сделать:

1. Найти автора в бесплатной версии Scopus.

2. Зайти в его авторский профиль. В нем с правой стороны увидите блок «Темы с наибольшим вкладом». Это темы, которые были автоматически сформированы системой на основе публикаций.

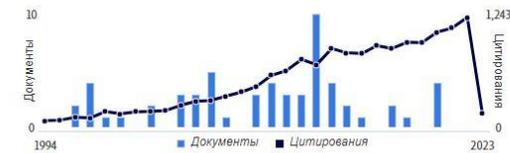
### Bernanke, Ben S.

The Brookings Institution, Washington, D.C., United States 6603742639 Связать с ORCID Это вы? Добавьте связь с профилем Mendeley

15 566 Цитирования в 12 357 документах 34 Co-authors 30 h-index View h-graph

Настроить оповещение Редактировать профиль Сохранить в список Потенциальные соответствия авторов Экспортировать в SciVal

Документ и тенденции цитирования



#### Темы с наибольшим вкладом 2017–2021

- Bank Lending Channel; Loans; Credit Rationing 1 ДОКУМЕНТ
  - International Accounting Standards Board; Standard Setting; Lobbying 1 ДОКУМЕНТ
  - Derivative Markets; Financial Markets; Bankruptcy Code 1 ДОКУМЕНТ
- [Просмотреть все темы](#)

71 документ Цитирования в 12 357 документах 1 препринт 34 соавтора 6 тем 0 выданных грантов

#### Примечание.

Пользователи Scopus Preview могут просматривать только последние 10 документов автора, и большинство других функций им недоступно. У вас есть доступ через учреждение? Воспользуйтесь доступом своего учреждения, чтобы просматривать все документы и пользоваться всеми функциями.

Экспортировать все Сохранить все в список

Сортировать по Дата (самые новые)

Просмотреть список в формате результатов поиска

Просмотр приставочных ссылок

Настроить оповещение о документах

Article - Открытый доступ The new tools of monetary policy Bernanke, B.S.

American Economic Review, 2020, 110(4), pp. 943-983

Просмотреть реферат Связанные документы



# Подходы к поиску научной информации

## Поиск по журналам, главам из книг

Юджин Гарфилд — американский учёный, основатель Института Научной Информации

«Частота цитирования отражает ценность журнала»

### Методика CiteScore 2021

Рейтинг CiteScore 2021 отражает количество цитирований в 2018-2021 гг. статей, обзоров, материалов конференций, глав книг и информационных документов, опубликованных в 2018-2021 гг., деленное на количество публикаций за 2018-2021 гг.



Изучить [перечень источников](#) (рецензируемых журналов, конференций, книг) Scopus по предметным областям

Отрасль знаний    
 Тема: Marketing x

Фильтровать уточненный список

Варианты отображения

Отображать только журналы с открытым доступом

Кол-во за 4-летний период

Минимум не выбран

Минимум цитирований

Минимум документов

Максимальный квартиль рейтинга Citescore

Показывать только названия, относящиеся к верхним 10 процентам

1-й квартиль

2-й квартиль

3-й квартиль

4-й квартиль

Тип источника

Результатов: 270

[Скачать список источников Scopus](#) [Подробнее о списке источников Scopus](#)

Все

	Название источника ↓	CiteScore ↓	Наивысший процентиль ↓	Цитирования 2018-21 ↓	Документы 2018-21 ↓	% цитирования ↓
<input type="checkbox"/> 1	International Journal of Information Management	28.8	99% 1/359 Computer Networks and Communications	18 463	642	94
<input type="checkbox"/> 2	Journal of Innovation and Knowledge <i>Открытый доступ</i>	17.0	99% 2/423 Business and International Management	1 833	108	93
<input type="checkbox"/> 3	Journal of Marketing	15.7	99% 4/423 Business and International Management	3 101	198	89
<input type="checkbox"/> 4	Journal of the Academy of Marketing Science	15.2	99% 5/696 Economics and Econometrics	3 288	216	90



# Подходы к поиску научной информации

## Поиск по журналам, главам из книг

### Импакт-фактор научного журнала

#### International Journal of Retail and Distribution Management

Journal Impact Factor™ is calculated using the following metrics:

$$\frac{\text{Citations in 2021 to items published in 2019 (449) + 2020 (343)}}{\text{Number of citable items in 2019 (76) + 2020 (91)}} = \frac{792}{167} = 4.743$$

**Journal Impact Factor (WoS)**

CiteScore 2021

$$6.1 = \frac{1\,761 \text{ цитирований за 2018 - 2021 гг.}}{291 \text{ документов за 2018 - 2021 гг.}}$$

Вычисление выполнено 05 May, 2022

**CiteScore (Scopus)**

ИМПАКТ-ФАКТОР – ЭТО СРЕДНЕЕ ЦИТИРОВАНИЕ ОДНОЙ СТАТЬИ

ИФ 2021

$$= \frac{\text{Количество цитирований в 2021 г статей опубликованных в 2019-2020 гг}}{\text{Количество статей в 2019 и 2020 г}}$$

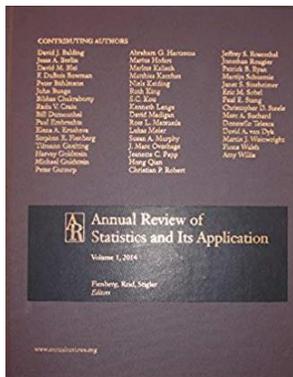
Пример. В 2021 году в журнале было сделано 449 ссылок на статьи, опубликованных в 2020 году и 343 ссылки на статьи журнала, опубликованные в 2019 году. Итого статьи, вышедшие за 2019-2020 гг получили в 2021 г 449+343=792 цитирования. При этом в 2020 журнал опубликовал 91 статью, в 2019 г. — 76. Итого за промежуток 2019-2020 гг (публикационное окно) вышло 167 статей. Таким образом, **импакт-фактор журнала** за 2021 г. равен отношению 792/167=4,743



# Квартиль научного журнала

Квартиль \* – ранг научного журнала, зависящий от его цитирования в рамках определенной категории

Выделяют четыре квартиля: самый высокий – Q1, низкий – Q4



Annual Review of Statistics and Its Application

IF 7.917

2021 JCR Ranking: 2/125 Statistics & Probability Category  
JIF Quartile – Q1

CiteScore 11.7

2021 CiteScore: 3/250 Mathematics - Statistics and Probability Category  
99-й процентиль, Q1



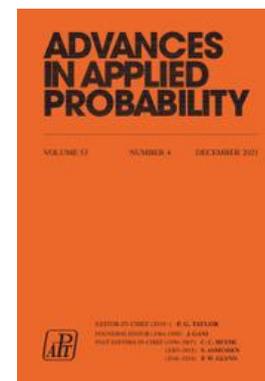
Econometrica

IF 6.383

2021 JCR Ranking: 33/380 Economics, 4/125 Statistics & Probability Category  
JIF Quartile – Q1

CiteScore 8.9

2021 CiteScore: 36/696 Economics, Econometrics and Finance – 94-й процентиль, Q1



Advances in Applied Probability

IF 1.060

2021 JCR Ranking: 96/125 Statistics & Probability Category  
JIF Quartile – Q4

CiteScore 1.4

2021 CiteScore: 156/250 Mathematics - Statistics and Probability Category  
37-й процентиль, Q3



# Подходы к поиску научной информации

## Поиск по журналам, главам из книг

### Journal of Marketing

#### Journal of Marketing

Годы охвата Scopus: 1969, 1971, 1973, 1977, от 1979 до 1981, с 1996 по настоящий момент

Издатель: SAGE

ISSN: 0022-2429 E-ISSN: 1547-7185

Отрасль знаний: [Business, Management and Accounting: Business and International Management](#) [Business, Management and Accounting: Marketing](#)

Тип источника: Журнал

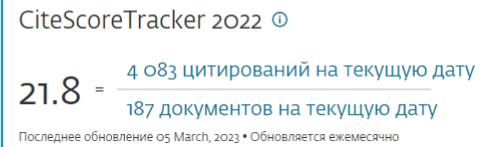
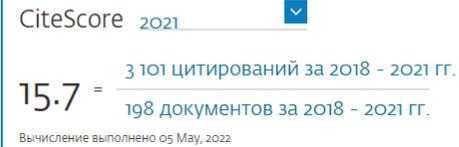
[Просмотреть все документы >](#)

[Настроить уведомление о документах](#)

[Сохранить в список источников](#) [Source Homepage](#)

CiteScore 2021	15.7
SJR 2021	7.461
SNIP 2021	4.690

[CiteScore](#) [CiteScore рейтинг и тренды](#) [Содержание Scopus](#)



#### Рейтинг CiteScore 2021

Категория	Рейтинг	Процентиль
Business, Management and Accounting └ Business and International Management	#4/423	99-й
Business, Management and Accounting └ Marketing	#3/195	98-й



# Подходы к поиску научной информации

## Поиск по журналам, главам из книг

### International Journal of Information Management

#### International Journal of Information Management

Предыдущее наименование: [Social Science Information Studies](#)

Годы охвата Scopus: 1970, с 1986 по настоящий момент

Издатель: Elsevier

ISSN: 0268-4012

Отрасль знаний: [Computer Science: Computer Networks and Communications](#) [Social Sciences: Library and Information Sciences](#)

[Business, Management and Accounting: Marketing](#) [Decision Sciences: Information Systems and Management](#) [Смотреть все](#)

Тип источника: Журнал

[Просмотреть все документы >](#)

[Настроить уведомление о документах](#)

[Сохранить в список источников](#) [Source Номер](#)

[CiteScore](#) [CiteScore рейтинг и тренды](#) [Содержание Scopus](#)

CiteScore 2021

$$28.8 = \frac{18\,463 \text{ цитирований за } 2018 - 2021 \text{ гг.}}{642 \text{ документов за } 2018 - 2021 \text{ гг.}}$$

Вычисление выполнено 05 May, 2022

CiteScoreTracker 2022

$$41.0 = \frac{24\,878 \text{ цитирований на текущую дату}}{607 \text{ документов на текущую дату}}$$

Последнее обновление 05 March, 2023 • Обновляется ежемесячно

CiteScore 2021  
28.8

SJR 2021  
4.584

#### Рейтинг CiteScore 2021

Категория	Рейтинг	Процентиль
Social Sciences		
Library and Information Sciences	#1/247	99-й
Business, Management and Accounting		
Marketing	#1/195	99-й
Decision Sciences		
Information Systems and Management	#1/132	99-й



## Экспертные списки журналов

### Норвежский список

- **Уровень 2** считается самым высоким
- **Журналы 1 уровня** отвечают минимальным требованиям, чтобы считаться научными
- **Уровень 0** означает, что журнал был рассмотрен, но отклонен, и публикация в нем не будет учитываться при подсчете публикационной активности
- **Уровень X** — это журналы в подвешенном состоянии: неясно, следует одобрить их в свете текущих условий или нет

Tittel	ISSN	eISSN	Fra nivå	Til nivå	NPI fagfelt
Acta Neuropathologica	0001-6322	1432-0533	1	2	Nevrologi
Africa	0001-9720	1750-0184	2	1	Utvikingsstudier
Analysis and Mathematical Physics	1664-2368	1664-235X	1	2	Matematikk
Ancient Philosophy: A Journal devoted to Ancient Greek and Roman Philosophy and Science	0740-2007	2154-4689	2	1	Filosofi og idéhistorie
Archives of Sexual Behavior	0004-0002	1573-2800	1	2	Psykologi
Arthritis care & research	2151-464X	2151-4658	2	1	Revmatologi
Atherosclerosis	0021-9150	1879-1484	1	2	Hjerte, kar og luftveier
Cambridge Journal of Mathematics (CJM)	2168-0930	2168-0949	1	2	Matematikk
Cancer Epidemiology, Biomarkers and Prevention	1055-9965	1538-7755	1	2	Onkologi
Clinical Psychological Science	2167-7026	2167-7034	1	2	Psykologi
Concurrency and Computation	1532-0626	1532-0634	2	1	Informatikk og datateknikk
Contemporary Buddhism	1463-9947	1476-7953	1	2	Teologi og religionsvitenskap
Cultural Analysis	2572-0643	1537-7873	1	2	Kulturvitenskap
Dialectica	0012-2017	1746-8361	2	1	Filosofi og idéhistorie
Endocrine-Related Cancer	1351-0088	1479-6821	1	2	Onkologi
Environmental Ethics	0163-4275	2153-7895	2	1	Filosofi og idéhistorie
Europace	1099-5129	1532-2092	1	2	Hjerte, kar og luftveier
European Journal of Personality	0890-2070	1099-0984	1	2	Psykologi
European Journal of Philosophy	0966-8373	1468-0378	2	1	Filosofi og idéhistorie
European Journal of Psychotraumatology		2000-8066	1	2	Psykologi
European Journal of Sport Science	1746-1391	1536-7290	1	2	Idrettsforskning
European Review of Economic History	1361-4916	1474-0044	2	1	Historie
Feminist Review	0141-7789	1466-4380	2	1	Kjønnforskning
Forum for Modern Language Studies	0015-8518	1471-6860	1	2	Litteraturvitenskap



## Импакт-фактор научного журнала

### Вопросы для самопроверки

1. Отберите в Scopus все журналы 1 квартиля в категории Marketing
2. Назовите журналы с самыми высокими и низкими импакт-факторами?
3. На каком месте в категории Information Systems and Management находится журнал International Journal of Information management?
4. Какой CiteScore журнала Journal of the Academy of Marketing Science? Сколько документов данного журнала проиндексировано в Scopus?



# Полнотекстовые зарубежные базы данных

**Emerald**

Enter your search terms here 🔍 Advanced search

[Home](#) / [Advanced search](#)

Advanced search

- All Emerald content  Journal articles  Book part  Case studies  Earlycite
- Expert Briefings

Enter your search terms here	All fields ▼	
AND ▼ Enter your search terms here	All fields ▲	✕
<b>Add row</b>		
Date range		
From <input style="width: 150px;" type="text" value="Year"/>	To <input style="width: 150px;" type="text" value="Year"/>	
Access type		
<input style="border: none; border-bottom: 1px solid #ccc;" type="text" value="Only content I have access to"/> ▼		

**All fields**

Title

Abstract

Contributor

DOI

All fields

Searches all the searchable fields using one query. This allows you to easily find your search terms in any field.

Example: 2013, China Economics

[Онлайн-доступ со всех компьютеров НИУ ВШЭ и извне \(по паролю\)](#)

Clear

**Search**



# Полнотекстовые зарубежные базы данных

Science Direct



Showing 12 journals



## International Business Review

Supports open access

9.9

CiteScore

8.047

Impact Factor

Articles & Issues ▾

About ▾

Publish ▾

Order journal ▾

Search in this journal

Submit your article ↗

Guide for authors ↗

Latest issue

**Volume 32, Issue 3**

June 2023

### About the journal

Affiliated with EIBA

The *International Business Review* (IBR) is a premier international journal in the discipline of international business, and the official journal of the European International Business Academy (EIBA). The journal publishes original and insightful papers on the theory and practice of international ...

[View full aims & scope](#)

8.8 weeks

Review Time

1.8 weeks

Publication Time

[View all insights](#)

[Онлайн-доступ со всех компьютеров НИУ ВШЭ и извне \(по паролю\)](#)

Subscribed & complimentary

[Journal of Retailing and Consumer Services](#)  
Journal • Contains open access



# Полнотекстовые зарубежные базы данных

## SAGE Journals Online

The screenshot shows the SAGE Journals Online interface. At the top, there is a search bar with the text "Search all journals" and "Enter search terms...". To the right of the search bar are links for "Advanced search", "I have access via: Higher School of Economics", "Access/Profile", and "Cart". Below the search bar, there are dropdown menus for "Browse by discipline" and "Information for". A large teal banner with the text "Browse journals" is visible. Below the banner, there is a red-bordered box containing a filter panel. The filter panel has two dropdown menus: "Select discipline:" with "Social Sciences & Humanities" selected, and "Select subject:" with "Marketing & Hospitality" selected. Below these is a "Title" section with an "ALL" button and a grid of letter buttons (A-Z, 0-9). To the right of the filter panel, there is a list of journal results. The first result is "Australasian Marketing Journal" with a cover image, and the second is "BRQ Business Research Quarterly" with a cover image. The list is titled "1 - 10 of 23 journals".

Discipline

Select discipline:

Social Sciences & Humanities

Select subject:

Marketing & Hospitality

Title

ALL

A B C D E F G H I

J K L M N O P Q R

S T U V W X Y Z 0-9

1 - 10 of 23 journals

**Australasian Marketing Journal**

Latest content: Volume 31, Issue 1, February 2023

Content available from: 1998

ISSN: 1441-3582 | Online ISSN: 1839-3349

**BRQ Business Research Quarterly**

Latest content: Volume 26, Issue 1, January 2023

Content available from: 2014

ISSN: 2340-9444 | Online ISSN: 2340-9444



# Полнотекстовые зарубежные базы данных

## Издания INFORMS



JOURNALS ▾ MAGAZINES ▾ PUBLICATIONS ▾ PRICING & SUBSCRIPTIONS

### MARKETING SCIENCE

JOURNAL HOME ARTICLES IN ADVANCE CURRENT ISSUE ARCHIVES ▾ ABOUT ▾

SUBMIT SUBSCRIBE Search this Journal 🔍

#### Available Issues

2020s 2010s 2000s 1990s 1980s

2023 2022 2021 2020

<b>Volume 41, Issue 6</b> November-December 2022 Pages 1029-1182, ii	<b>Volume 41, Issue 5</b> September-October 2022 Pages 871-1027, ii	<b>Volume 41, Issue 4</b> July-August 2022 Pages 663-869, iii	<b>Volume 41, Issue 3</b> May-June 2022 Pages 433-662, iii
<b>Volume 41, Issue 2</b> March-April 2022 Pages 211-432, iii	<b>Volume 41, Issue 1</b> January-February 2022 Pages 1-210, ii		

Jacquelyn S. Thomas Braden K. Chintanunta  
 Pages: 1045-1052  
 Published Online: September 22, 2022  
<https://doi.org/10.1287/mkac.2022.1398>  
 Preview Abstract ▾ First Page | Full text | PDF (1002 KB) | References | Permissions

**Rejoinder: Heterogeneous Impact of Brands' Support for Black Lives Matter on Consumer Responses**  
 Yang Wang, Marco Shaojun Qin, Xueming Luo, Yu (Eric) Kou  
 Pages: 1053-1056  
 Published Online: October 6, 2022  
<https://doi.org/10.1287/mkac.2022.1407>  
 Preview Abstract ▾ First Page | Full text | PDF (658 KB) | References | Permissions

Price Frictions and the Success of New Products

EDITOR IN CHIEF  
Olivier Toubia

#### Quicklinks & Resources

- > Special Issues
- > Online Databases
- > Press
- > Calls for Papers
- > Science-to-Practice Initiative
- > Submission Guidelines
- > Data Disclosure and Replication Policy
- > Competing Interests Policy
- > Ethical Guidelines
- > INFORMS Author Portal

[Онлайн-доступ со всех компьютеров НИУ ВШЭ и извне \(по паролю\)](#)



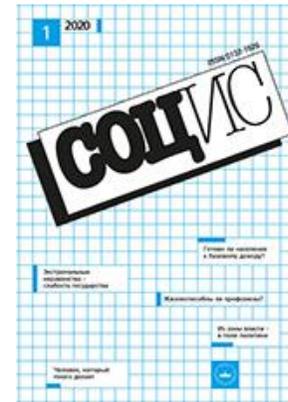
# Полнотекстовые отечественные базы данных

## EastView

Содержит отечественные журналы по общественным и гуманитарным наукам в полном тексте без эмбарго.

Среди них [«Экономика и математические методы»](#), [«Вопросы экономики»](#), [«Вопросы статистики»](#), [«Общественные науки и современность»](#), [«Мировая экономика и международные отношения»](#), [«Вестник МГУ»](#) (все серии), [«Вопросы истории»](#) (с полным архивом), [«Вопросы литературы»](#) (с полным архивом), [«Новый мир»](#), [«Искусство кино»](#) (с полным архивом) и др. Всего представлено более 100 источников

Кроме того, доступны коллекции [«Статистические издания России и стран СНГ»](#) (ок. 100 наименований) и [«Центральная пресса России»](#), содержащая газеты [«Ведомости»](#), [«Экономика и жизнь»](#), [«Учительская газета»](#), [«Литературная газета»](#) (с полным архивом), [«Известия»](#) (с полным архивом), [«Правда»](#) (с полным архивом), [«Культура»](#) (с полным архивом) и мн. др.





# Полнотекстовые отечественные базы данных

## Grebennikon

Содержит 25 журналов, издаваемых Издательским домом «Гребенников», одним из ведущих отечественных издательств, специализирующимся на литературе по маркетингу, менеджменту и финансам.

Среди журналов — «[Маркетинг и маркетинговые исследования](#)», «[Менеджмент сегодня](#)», «[Мотивация и оплата труда](#)», «[Управление корпоративными финансами](#)», «[Управление развитием персонала](#)» и др.

Маркетинг Менеджмент Персонал

Журнал

Маркетинговые коммуникации

РИНЦ ISSN DOI

Интернет-маркетинг

РИНЦ ISSN DOI

Маркетинг и маркетинговые исследования

РИНЦ ВАК ISSN DOI

Управление продажами

РИНЦ ISSN DOI

Маркетинг розничной торговли

Бренд-менеджмент

РИНЦ ISSN DOI

Реклама. Теория и практика

РИНЦ ISSN DOI

Event-маркетинг

Библиотека / Журнал «Маркетинговые коммуникации» / №3, 2022 / статья

Как грамотный маркетинг позволяет продвигать бизнес в кризис  

Калинов К.С.

Статья Содержание Авторы Источники Поделиться



КАК ГРАМОТНЫЙ МАРКЕТИНГ ПОЗВОЛЯЕТ ПРОДВИГАТЬ БИЗНЕС В КРИЗИС

Калинов К.С.

Ключевые слова: закрытие и реорганизация бизнеса, бизнес-консультант, переориентация бизнеса, анализ, антикризисные стратегии, комплаенс

Аннотация  
Как грамотно выстроить маркетинговую политику в сложной экономической ситуации? Какие факторы указывают на жизнеспособность бизнеса и как обеспечить ему долговечность? Какие ниши сейчас наиболее востребованы для открытия собственного дела? Ответы на эти и другие вопросы читайте в статье.

Журнал: «Маркетинговые коммуникации» — №3, 2022 (© Издательский дом Гребенников)

Объем в страницах: 8

DOI  
10.36627/2619-1407-2022-3-3-178-185 — <https://doi.org/10.36627/2619-1407-2022-3-3-178-185>

Библиографическая ссылка: [печать](#) / [интернет](#)

Калинов К.С. Как грамотный маркетинг позволяет продвигать бизнес в кризис // Маркетинговые коммуникации. — 2022. — №3. — С.178–185. URL: <https://grebennikon.ru/article-153x.html>





# Полнотекстовые отечественные базы данных

## Книги издательского дома «Высшая школа экономики»

Читальный зал

Высшее образование (16+) (6442)

Среднее профессиональное образование (14+) (78)

Профессиональная литература (594)

Общее образование (12+) (113)

Коллекции (8046)

Коллекции Айбукс (2394)

Издательские коллекции (6314)

1С Паблишинг (41)

Ад Маргинем Пресс (171)

Восточная книга (1)

Время (2)

Высшая школа экономики (377)

Высшая школа (391)

Генезис (7)

ДМК-Пресс (21)

Коллекция издательства Питер и БХВ (3085)

Интермедиа (7)

Инфотропик Медиа (1)

Лаборатория знаний (75)

МГУ им. Н.Э. Баумана (399)

Международные отношения (63)

ПОИСК

По названию По авторам По полному тексту По ISBN По аннотациям Показать фильтры

Выгрузить

КРАТКИЕ ОПИСАНИЯ ПОЛНЫЕ ОПИСАНИЯ

Выводить: 10 20 50 100

Российская экономика : курс лекций : в 2 кн. Кн. 1. Истоки и панорама рыночных реформ — 2-е изд., перераб. ISBN 978-5-7698-1951-6  
Авторы: Ясин Е.Г., ред.  
Москва: ВШЭ, 2019 г., 448 с.

Глобальные перспективы высшего образования ISBN 978-5-7598-1712-3  
Авторы: Алыбаев Ф.  
Москва: ВШЭ, 2018 г., 545 с.

Российское законодательство об образовании XIX — начала XX века: сб. документов [Текст] : в 3 т. — Т. I. ISBN 978-5-7698-1362-0  
Авторы: Днепров Э.Д., ред. - сост.  
Москва: ВШЭ, 2017 г., 832 с.

Грамматика порядка: Историческая социология понятий, которые меняют нашу реальность ISBN 978-5-7598-1330-9  
Авторы: Бикбаев А. Т.  
Москва: ВШЭ, 2016 г., 432 с.

Теория вероятностей и математическая статистика: промежуточный уровень ISBN 978-5-7698-1301-9  
Авторы: Шведов А. С.  
Москва: ВШЭ, 2016 г., 280 с.

Источниковедение ISBN 978-5-7598-1092-6  
Авторы: Добровольский Д. А., Казаков Р. Б. и др.  
Москва: ВШЭ, 2015 г., 685 с.

Показывать издательства

Математика

Физика

Теоретическая механика

Инженерно-технические науки

Ветеринария и сельское хозяйство

Лесное хозяйство и лесинженерное дело

Экономика и менеджмент

Издательство "Лань"

Издательство "Лань" (мировое наследие)

Издательство "Дашков и К"

Издательский дом "Дело" РАНХиГС

Издательство "ФЛИНТА"

Первое экономическое издательство

Издательство "Лаборатория знаний"

Издательство "Лаборатория знаний" (ранее "БИНОМ. Лаборатория знаний")

Издательский дом Высшей школы экономики

Банковское дело

Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Внешнеэкономическая деятельность

Государственное и муниципальное управление

История и философия экономики

Макроэкономика

Главная \* Книги \* Экономика и менеджмент \* Издательский дом Высшей школы экономики

Издательский дом Высшей школы экономики 74

Автор:

Все А Б В Г Д Е Ж З И К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Э Ю Я  
0-9 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Сортировать: по новизне Фильтр: по уровню образования

	Государственное управление: теория, функции, механизмы Издательский дом Высшей школы экономики	Тип: учебное пособие	Страниц: 276 стр.	Год: 2022
	Селивановский А. С. Правовое регулирование рынка производных финансовых инструментов Издательский дом Высшей школы экономики	Тип: учебник	Страниц: 376 стр.	Год: 2022
	Эрик Ханушек, Людгер Вёссманн Интеллектуальный капитал в разных странах мира Издательский дом Высшей школы экономики	Тип: монография	Страниц: 352 стр.	Год: 2022
	Стырин Е. М., Дмитриева Н. Е. Государственные цифровые платформы: формирование и развитие Издательский дом Высшей школы экономики	Тип: монография	Страниц: 192 стр.	Год: 2021

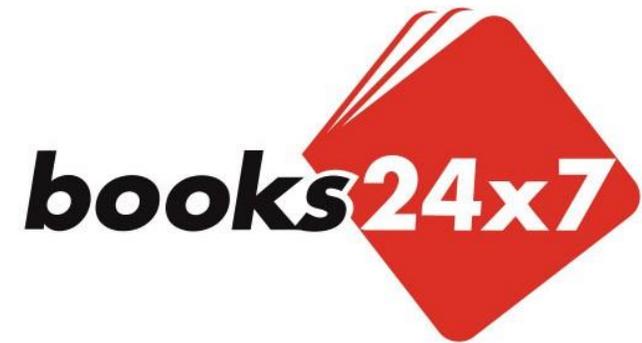


## Полнотекстовые зарубежные базы данных

Доступ к ведущим зарубежным агрегаторам



**EBSCO**host





# Полнотекстовые зарубежные базы данных

EBSCO

Раздел. Информация о компании

**Sberbank, Pao**

**Physical Address:** D. 19 Ul. Vavilova, Moscow 11731 Russian Federation

**Phone:** 4955058778

**Web Site:** <http://www.sberbank.com>

**Revenue:** \$29,103,482,146

**Doing Business As:** Public Joint-Stock Company **Sberbank Of Russia**

**Line of Business:** National commercial bank

Новый поиск Тематика · Издания · **Информация о компании** · Изображения · Больше ·

Вход Папка Настройка Языки ·

Идет поиск: **Company Information** | [Выбрать базы данных](#)

Название компании: Sberbank

**Поиск** ?

Страница: 1  
1-50 из 50

<input type="checkbox"/>	Название компании (Часы)	Город	Штат	Страна/регион	Доход (\$ США)
<input type="checkbox"/>	1. Sberbank, Pao	Moscow		Russian Federation	\$29,103,482,146
<input type="checkbox"/>	2. Sberbank Strakhovanie Zhizni, Ooo	Moscow		Russian Federation	\$3,219,594,924
<input type="checkbox"/>	3. Sberbank Lizing, Ao	Odintsovo		Russian Federation	\$1,232,698,023
<input type="checkbox"/>	4. Bps-Sberbank, Ppo	G. Volkovysk		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	5. Bps-Sberbank, Ppo	G. Baranovich		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	6. Bps-Sberbank, Ppo	G. Pinsk		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	7. Bps-Sberbank, Ppo	G. Mozyr		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	8. Bps-Sberbank, Ppo	G. Minsk		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	9. Bps-Sberbank, Ppo	G. Brest		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	10. Bps-Sberbank, Ppo	G. Orsha		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	11. Bps-Sberbank, Ppo	G. Rechitsa		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	12. Bps-Sberbank, Ppo	G. Gomel		Belarus	\$575,138,904
<input type="checkbox"/>	13. Bps-Sberbank, Ppo	G. Minsk		Belarus	\$575,138,904





# Полнотекстовые зарубежные базы данных

## EBSCO

### Раздел. Профиль компании

**Sberbank Rossii**  
Top Competitors

**TOP COMPETITORS**

The following companies are the major competitors of Sberbank Rossii

Alfa Bank  
Bank Otkritie Financial Corp  
Gazprombank  
Public Joint-Stock Company Promsvyazbank  
VTB Bank

Новый поиск Тематика Издания Информация о компании Изображения Больше

EBSCOhost База данных: MarketLine and Medtrack Company Profiles for Entrepreneurial Stu

Профили компаний

sberbank Обзор

Алфавитный  Соответствие любому слову

Страница: Предыдущий Дальше < A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z >

Company Name	PDF Complete Report	Location
<a href="#">Sberbank Rossii</a>	MarketLine Report (695K)	Russia
<a href="#">SBH Sciences</a>	Medtrack Report (65K)	United States
<a href="#">SBI Biotech Co Ltd</a>	Medtrack Report (135K)	Japan
<a href="#">SBI Holdings Inc</a>	MarketLine Report (574K)	Japan
<a href="#">SBI Holdings, Inc.</a>	MarketLine Report (529K)	Japan
<a href="#">SBM Offshore NV</a>	MarketLine Report (538K)	The Netherlands



# Полнотекстовые зарубежные базы данных

JSTORe

*Journal of Marketing* / Vol. 83, No. 6, November 2019 / Let's Make a "Deal"

JOURNAL ARTICLE

## Let's Make a "Deal": How Deal Collectives Coproduce Unintended Value from Sales Promotions

Colin Campbell, Hope Jensen Schau

*Journal of Marketing*, Vol. 83, No. 6 (November 2019), pp. 43-60 (18 pages)

<https://www.jstor.org/stable/26973098>

> About this issue

> Abstract and details

> References

∨ Related text



JOURNAL ARTICLE

### A Cinderella Story How Past Identity Salience Boosts Demand for Repurposed Products

Bernadette Kamleitner, Carina Thürridl, Brett A.S. Martin

*Journal of Marketing*, Vol. 83, No. 6 (November 2019), pp. 76-92



JOURNAL ARTICLE

### Selling to Barricaded Buyers

Kevin S. Chase, Brian Murtha

*Journal of Marketing*, Vol. 83, No. 6 (November 2019), pp. 2-20



JOURNAL ARTICLE

### The Role of Marketer-Generated Content in Customer



Cite
 Share
 Save
 Download

Article

Journal of Marketing  
2019, Vol. 83(6) 43-60  
© American Marketing Association 2019  
Article reuse guidelines:  
sagepub.com/journalsPermissions  
DOI: 10.1177/0022424119874049  
journals.sagepub.com/home/jmk  
SAGE

## Let's Make a "Deal": How Deal Collectives Coproduce Unintended Value from Sales Promotions

Colin Campbell and Hope Jensen Schau

**Abstract**  
Users of deal collectives coproduce "deals" that yield value beyond what a marketer intends when offering promotions. The authors develop an understanding of how this unintended value is coproduced through the combined actions of users in deal collectives. Users are drawn to deal collectives by a web of motivations that include subversive shopper feelings, which reflect a desire to outsmart firms and temporarily upend the market power structure. Uncovered transvaluation processes show that deal forums—due to their collective knowledge, creativity, and trust—are more effective than individual consumers at identifying, developing, and vetting opportunities to capture unintended value. The authors further reveal that unintended value can stem from untargeted promotions, pricing and promotion errors, and combinations or stacking of promotions. Strategies for monitoring deal collectives and either discouraging or supporting their activities are offered.

**Keywords**  
deal, micro-resistance network, promotions, subversive shopper feelings, unintended value

I feel like getting a deal on stuff is just the tip of the iceberg. ... I'm not walking into the store and dropping my pants ... and saying, "I'll pay anything," which most people do ... Getting a better deal makes me feel less helpless. There's more justice in the world because I'm the small guy and the big guy's not getting away with it all the time. ... Rather than feeling so helpless all the time, [deals] makes you feel a bit better. ... I see behind the veil. It's like the Wizard of Oz. I see the guy behind the curtain. (Martin)

actions. Deal collectives often reveal intense antagonism toward market-dominant firms but do not try to permanently alter the market.

As in Martin's quote, this resistance mission is explicit and shared among the most prevalent posters of the two deal forums. Users are frustrated by market dynamics that overwhelmingly favor large global brands, and users seek fleeting power by extracting every possible source of savings or benefit from a



# Полнотекстовые зарубежные базы данных

## Books 24x7

**Business Topics: Marketing & Sales - Marketing (General)**  
 Titles: [1-75] 76-150 **151-225** 226-... (of 836)

MP3s      Notes   
 PDFs      Recommended    
 CDs  
 MP4s

Copyright from  to   
 Pages



**The Digital Selling Handbook: Grow Your Sales by Engaging, Prospecting, and Converting Customers the Way They Buy Today**  
*(Audio Book)*  
 by Bill Stinnett  
 McGraw Hill-Ascent Audio © 2023  
 Length: 7 hours 31 minute Citation  
 Actionable advice for sales professionals and business owners for growing sales in today's increasingly virtual marketplace  
 Topics: Advertising, Marketing (General), Leadership, Career Development



**The Power of Scarcity: Leveraging Urgency and Demand to Influence Customer Decisions**  
 by Mindy Weinstein  
 McGraw-Hill © 2023 (240 pages) Citation  
 ISBN:9781264278237  
 In The Power of Scarcity, Dr. Mindy Weinstein leverages her deep expertise in both marketing and psychology to reveal how this influence principle can be used to boost sales, win negotiations, spark action, develop community, build customer loyalty, and r  
 Topics: Brand Management, Advertising, Marketing (General)



**Future Ready: The Four Pathways to Capturing Digital Value**  
*(Audio Book)*  
 by Stephanie L. Woerner, Peter Weill and Ina M. Sebastian  
 Ascent Audio © 2023  
 Length: 5 hours 48 minutes Citation  
 Future Ready is that playbook. Based on years of rigorous research with data from more than a thousand companies, the book provides a powerful framework that offers insights into the important dimensions at which a firm must excel in order to be comp  
 that every firm must manage as part of the transformation journey.  
 Topics: Social Media Platforms, Marketing, Marketing (General)



**Event Planning and Management: Principles, Planning and Practice, Third Edition**  
 by Ruth Dowson, Bernadette Albert and Dan Lomax  
 Kogan Page © 2022 (360 pages) Citation  
 ISBN:9781398907118  
 Do you know how to conduct a risk assessment? How to build an events team? How do you measure the success of an event? Event Planning and Management is the comprehensive guide for facing the new wave of live brand and customer experiences.  
 Topics: Communication/Negotiations, Marketing (General), Publicity

**Browse Topics**

View by: Business Topics

- archived books
- Audio Books
- ▶ Business Analysis
- ▶ Business Skills
- ▶ Corporate Case Studies & Interviews
- ▶ Employee Training & Development
- ▶ Finance & Accounting
- ▶ Hospitality & Tourism
- ▶ Human Resources
- ▶ International Business
- ▶ Management & Leadership
- ▶ **Marketing & Sales**
  - Advertising
  - Brand Management
  - Customer Relationship Management/CRM
  - Customer Service
  - Marketing (General)
  - Online Marketing
  - Publicity
  - Selling Skills & Sales Management
- ▶ Project Management
- ▶ Quality & Manufacturing Management
- ▶ Social Media
- ▶ Sustainability
- ▶ Team Skills
- ▶ Technology in Business



## **Полнотекстовые зарубежные базы данных**

### **Вопросы для самопроверки**

- 1. Найдите отчет «Company Profile. Harley Davidson Inc.», подготовленный компанией Market Line.**
- 2. В отчете в разделе Руководители (Key Employers) найдите информацию о руководителе компании.**
- 3. Уточните конкурентов компании Harley Davidson**
- 4. Назовите доход компании Harley-Davidson, Inc.**



# Полнотекстовые зарубежные базы данных

## Ресурсы Всемирного банка – World Development Indicators

**DataBank | World Development Indicators** Table Chart

Variables | Layout | Styles | Save | Share | Embed

Database Available 79 | Selected 1

Country Available 264 | Selected 264

Series Available | Selected 57

Time Available 61 | Selected 5

Availability Range: Year [1960 - 2020]

Sort Remove all  Ascending

2020  2004  1988  1972  
 2019  2003  1987  1971  
 2018  2002  1986  1970  
 2017  2001  1985  1969  
 2016  2000  1984  1968  
 2015  1999  1983  1967

**Popular Indicators**

Clear Selection | Add Country (264) | Add Series (57) | Add Time (5)

Russian Federation

	2000	2005	2006	2007	2015
Population, total	146596869.0	143518814.0	143049637.0	142805114.0	144096870.0
Population growth (annual %)	-0.4	-0.4	-0.3	-0.2	0.2
Surface area (sq. km)	17098240.0	17098240.0	17098240.0	17098240.0	17098250.0
Poverty headcount ratio at national poverty lines (% of population)	29.0	17.8	15.2	13.3	13.3
GNI, Atlas method (current US\$)	250287006783.	638631920697.	830471202264.	107991967789'	172523422865-
GNI per capita, Atlas method (current US\$)	1710.0	4450.0	5810.0	7560.0	11780.0
GNI, PPP (current international \$)	974627421657.	165558578041.	207112154403'	232472023753'	342860996811:
GNI per capita, PPP (current international \$)	6650.0	11540.0	14480.0	16280.0	23420.0
Income share held by lowest 20%	6.4	5.8	5.9	5.8	6.9
Life expectancy at birth, total (years)	65.5	65.5	66.7	67.6	71.2
Fertility rate, total (births per woman)	1.2	1.3	1.3	1.4	1.8
Adolescent fertility rate (births per 1,000 women ages 15-19)	30.6	28.8	29.2	29.6	23.0
Contraceptive prevalence, any methods (% of women ages 15-49)	..	..	..	63.2	..
Births attended by skilled health staff (% of total)	99.2	99.4	99.5	99.6	..
Mortality rate, under-5 (per 1,000 live births)	19.3	13.8	12.8	11.9	8.2

### World Development Indicators Public

World Development Indicators (WDI) is the primary World Bank collection of development indicators, compiled from officially recognized international sources. It presents the most current and accurate global [See more +](#)

Last Updated: 02/17/2021

Содержит статистические сведения по более чем 850-ти показателям мирового развития. Временные ряды представлены с 1960 г. для 209-ти стран. Охвачены экономические, социальные, финансовые показатели, а также данные по природным ресурсам и окружающей среде.



## Электронные ресурсы библиотеки

### Инструменты для работы с подпиской как единым информационным массивом

- **[Publication Finder](#)**: сводный каталог электронных изданий
- **[EBSCO Discovery Service](#)**: поиск по всей электронной подписке
- **Telegram-бот по поиску отечественных книг [Book Detective](#)**

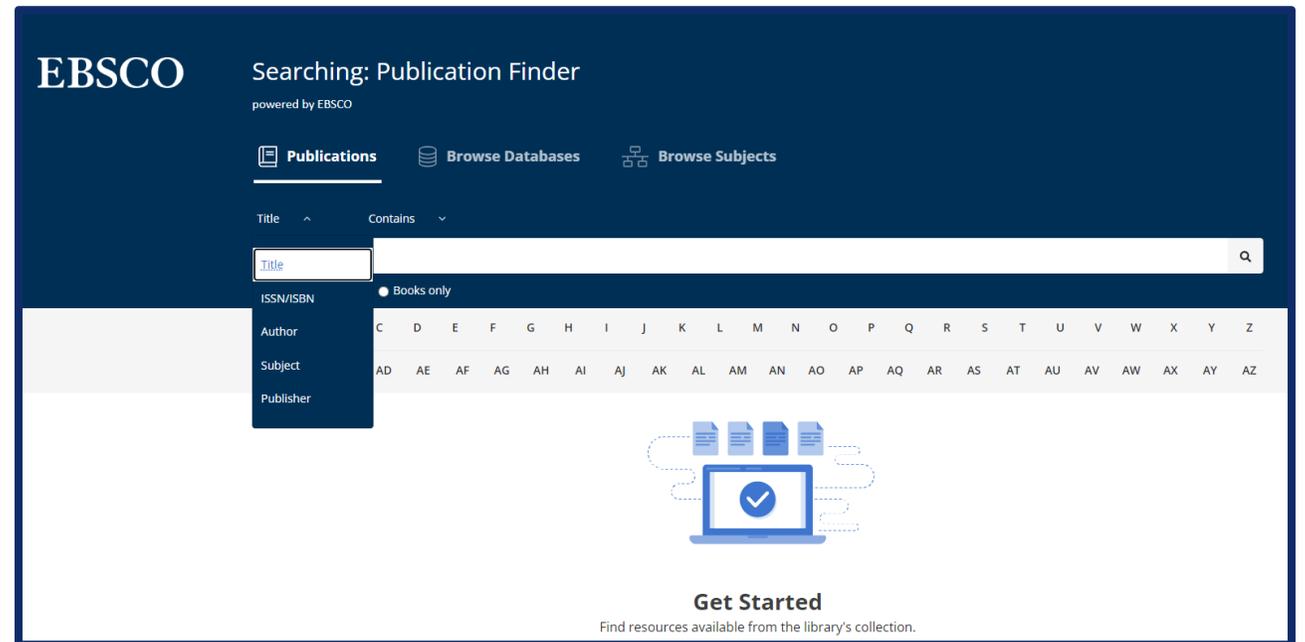




## Электронные ресурсы библиотеки

### Publication Finder: сводный каталог электронных изданий

- 1. Поиск осуществляется, если вы знаете название журнала или книги, ISSN/ISBN.**
- 2. Предоставляются полные тексты документов.**
- 3. Представлены все англоязычные базы данных (отечественные частично) и охват, в которых имеется издание в подписке НИУ ВШЭ.**





# Электронные ресурсы библиотеки

## Publication Finder: поиск книг по названию

Searching: Publication Finder  
powered by EBSCO

Publications Browse Databases Browse Subjects

Title Contains

European Journal of Marketing

European Journal of Marketing

# A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

AA AB AC AD AE AF AG AH AI AJ AK AL AM AN AO AP

Results: 1 Filter

Peer Reviewed | Journal

**1. European Journal of Marketing**  
ISSN: 0309-0566; 1758-7123  
Subject (General): Marketing  
more...

Full Text Access

- Emerald Backfiles  
01/01/1967 - 12/31/1988
- Emerald eJournals Premier  
01/01/1989 - Present

European Journal of Marketing  
Issue(s) available: 426 - From Volume: 1 Issue: 1, to Volume: 57 Issue: 3

Subject: Marketing > Marketing strategy/methods

Subscribe to table of contents alerts RSS feed

Search within this journal

All issues EarlyCite

- ▼ Volume 57
  - Issue 3 2023 *Value-Creating Sales: The Role of Digital Technologies*
  - Issue 2 2023
  - Issue 1 2023
- ▼ Volume 56
  - Issue 13 2022 *Open Access Issue*
  - Issue 12 2022
  - Issue 11 2022 *Psychological perspectives on consumer obesity*
  - Issue 10 2022 *Understanding prosumer behaviour in the platform ecosystem*
  - Issue 9 2022 *A call for Impact!*
  - Issue 8 2022



Ссылка на [European Journal of Marketing](#)



# Электронные ресурсы библиотеки

## Publication Finder: поиск книг по ISSN



**International Journal of Information Management**  
Supports open access

28.8 CiteScore | 18.958 Impact Factor

Articles & Issues | About | Publish | Order journal | Search in this journal | Submit your article | Guide for authors

**All issues**

Formerly known as Social Science Information Studies;

2023 — Volumes 68-71	▼
2022 — Volumes 62-67	▼
2021 — Volumes 56-61	▼
2020 — Volumes 50-55	▼
2019 — Volumes 44-49	▼
2018 — Volumes 38-43	▼
2017 — Volume 37	▼
2016 — Volume 36	▼
2015 — Volume 35	▼
2014 — Volume 34	▼
2013 — Volume 33	▼

Publications | Browse Databases | Browse Subjects

ISSN/ISBN | Contains

0268-4012

All | Journals only | Books only

# A B C D E F G H I J K L M N O

AA AB AC AD AE AF AG AH AI AJ AK AL AM AN AO

Results: 1 [Filter](#)

Peer Reviewed | Journal

**International journal of information management**

ISSN: 0268-4012; 1873-4707  
Subject (General): Management  
[more...](#)

Full Text Access ▲

- ScienceDirect Backfile - Business, Management and Accounting Including Supplement 1  
03/01/1986 - 12/31/1994
- ScienceDirect Backfile - Decision Sciences  
03/01/1986 - 12/31/1994
- ScienceDirect Backfile - Social Sciences Including Supplement 1  
03/01/1986 - 12/31/1994
- ScienceDirect Freedom Collection  
02/01/1995 - Present
- ScienceDirect Subject Collections - Business, Management and Accounting  
02/01/1995 - Present
- ScienceDirect Subject Collections - Social Sciences  
02/01/1995 - Present



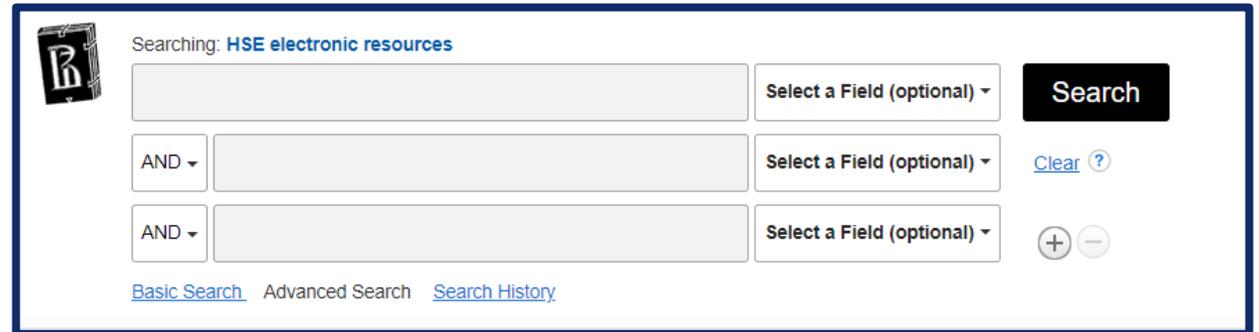
## Электронные ресурсы библиотеки

### **EBSCO Discovery Service: поиск по всей электронной подписке**

**Сервис позволяет организовать единую точку входа для поиска через центральный индекс во всех лицензионных удаленных ресурсах, которые НИУ ВШЭ оформляет в доступ.**

**Индексирование происходит на уровне детальных метаданных и для большинства ресурсов - на уровне полных текстов.**

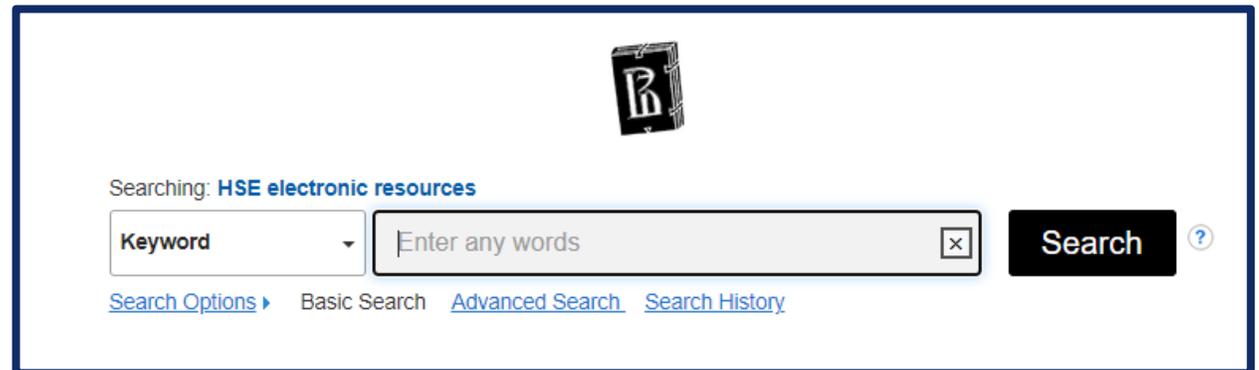
[Руководство пользователя по EBSCO Discovery Service](#)



Searching: HSE electronic resources

Search interface showing three search fields with dropdown menus for field selection and a Search button.

Расширенный поиск (12 полей)



Searching: HSE electronic resources

Search interface showing a single search field with a dropdown menu for field selection and a Search button.

Простой поиск



# Электронные ресурсы библиотеки

## EBSCO Discovery Service: поиск по всей электронной подписке

### Расширенный поиск полных текстов

The screenshot displays the EBSCO Discovery Service search interface. At the top, the search bar contains the query "digital marketing AND strategy". The search results page shows three results:

- 1. Comparing content marketing strategies of digital brands using machine learning.**  
By: Chen, Yulin. Humanities & Social Sciences Communications, 2/13/2023. Vol. 10 Issue 1, p1-18, 18p; DOI: 10.1057/s41599-023-01544-x. База данных: Humanities Source Ultimate  
Темы: CONTENT marketing; MARKETING strategy; MACHINE learning; BRAND communities; BRANDING (Marketing); BETROTHAL  
Полный текст HTML | Полный текст PDF (1.8МБ)
- 2. Digital marketing of commercial breastmilk substitutes and baby foods: strategies, and recommendations for its regulation in Mexico.**  
(English) ; Abstract available. By: Mota-Castillo PJ, Unar-Munguía M, Santos-Guzmán A, Ceballos-Rasgado M, Tolentino-Mayo L, Barquera S, Sachse Aguilera M, Armijo FC, Bonvecchio A, Globalization and health [Global Health]. ISSN: 1744-8603, 2023 Feb 01; Vol. 19 (1), pp. 8; Publisher: BioMed Central; PMID: 36726118, База данных: MEDLINE Complete  
Темы: Mexico; Milk, Human; Internet; Infant; Child; Female; Humans; Child, Preschool; Mexico; Infant Food; Marketing; Breast Feeding  
Полный текст PDF
- 3. THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING STRATEGY ON CUSTOMER AND ORGANIZATIONAL OUTCOMES.**  
Вплив стратегії цифрового маркетингу на клієнтів компанії результати її діяльності By: Alyassine, Fatima Lahcen Yachou; Al-Ajloui, Mahmoud Mohammad; Mohammad, Anber. Marketing & Management of Innovations. 2022, Vol. 13 Issue 4, p45-54. 10p. DOI: 10.21272/mmi.2022.4-05. , База данных: Academic Search Ultimate  
Темы: MARKETING strategy; INTERNET marketing. CUSTOMER loyalty; CUSTOMER satisfaction; CUSTOMER relations; QUALITY of service; ACQUISITION of data; Electronic shopping and mail-order houses; Electronic Shopping  
Полный текст PDF (1.8МБ)

On the left side, there is a sidebar with filters and options:

- Уточнить результаты**
- Текущий поиск**: digital marketing AND strategy
- Логический оператор/Фраза**: digital marketing AND strategy
- Расширители**: Применять эквивалентные дисциплины
- Ограничители**:
  - Полный текст
  - Научные (рецензируемые) журналы
- Виды источников**: Научные журналы
- Ограничение до**:
  - Полный текст
  - Доступны ссылки на литературу
  - Научные (рецензируемые) журналы



# Электронные ресурсы библиотеки

## EBSCO Discovery Service: поиск по всей электронной подписке

### Расширенный поиск полных текстов

### Comparing content marketing strategies of digital brands using machine learning.

Авторы: [Chen\\_Yulin<sup>1</sup>, 143530@mail.tku.edu.tw](mailto:Chen_Yulin1_143530@mail.tku.edu.tw)

Источник: [Humanities & Social Sciences Communications](#); 2/13/2023, Vol. 10 Issue 1, p1-18, 18p

Тип документа: Article

Темы: [CONTENT marketing](#)  
[MARKETING strategy](#)  
[MACHINE learning](#)  
[BRAND communities](#)  
[BRANDING \(Marketing\)](#)  
[BETROTHAL](#)

Реферат: This study identifies and recommends key cues in brand community and public behavioral data. It proposes a research framework to strengthen social monitoring and data analysis, as well as to review **digital** commercial brands and competition through continuous data capture and analysis. The proposed model integrates multiple technologies, analyzes unstructured data through ensemble learning, and combines social media and text exploration technologies to examine key cues in public behaviors and brand communities. The results reveal three main characteristics of the six major **digital** brands: notification and diversion module; interaction and diversion module; and notification, interaction, and diversion module. This study analyzes data to explore consumer focus on social media. Prompt insights on public behavior equip companies to respond quickly and improve their competitive advantage. In addition, the use of community content exploration technology combined with artificial intelligence data analysis helps grasp consumers' information demands and discover unstructured elements hidden in the information using available Facebook resources. [ABSTRACT FROM AUTHOR]

Членство автора в организациях: <sup>1</sup>Department of Marketing and Logistics Management of National Penghu University of Science and Technolog, Penghu, Taiwan

Количество слов в полном тексте: 11915

DOI: 10.1057/s41599-023-01544-x

Номер доступа: 161886083

База данных: Humanities Source Ultimate

Humanities & Social Sciences Communications



ARTICLE

<https://doi.org/10.1057/s41599-023-01544-x> OPEN



## Comparing content marketing strategies of digital brands using machine learning

Yulin Chen <sup>1</sup>SE

This study identifies and recommends key cues in brand community and public behavioral data. It proposes a research framework to strengthen social monitoring and data analysis, as well as to review digital commercial brands and competition through continuous data capture and analysis. The proposed model integrates multiple technologies, analyzes unstructured data through ensemble learning, and combines social media and text exploration technologies to examine key cues in public behaviors and brand communities. The results reveal three main characteristics of the six major digital brands: notification and diversion module; interaction and diversion module; and notification, interaction, and diversion module. This study analyzes data to explore consumer focus on social media. Prompt insights on public behavior equip companies to respond quickly and improve their competitive advantage. In addition, the use of community content exploration technology combined with artificial intelligence data analysis helps grasp consumers' information demands and discover unstructured elements hidden in the information using available Facebook resources.

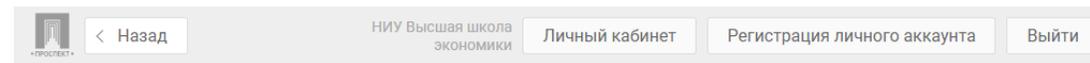
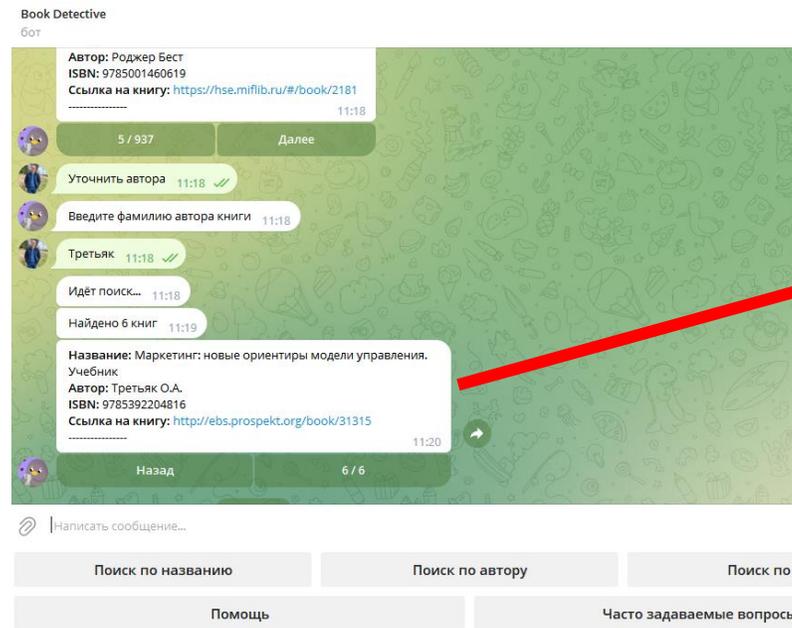
Ссылка [на статью](#)



# Электронные ресурсы библиотеки

## Telegram-бот по поиску отечественных книг

### Book Detective



МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



О. А. ТРЕТЬЯК

# МАРКЕТИНГ

## НОВЫЕ ОРИЕНТИРЫ МОДЕЛИ УПРАВЛЕНИЯ

УЧЕБНИК

Рекомендовано



Маркетинг: новые ориентиры модели управления. Учебник  
Третьяк О.А.

1 из 415





## Кураторы



Ахмедова Хабиба Мехман  
кызы  
[hakhmedova@hse.ru](mailto:hakhmedova@hse.ru)  
Юриспруденция



Тохова Анна Руслановна  
[atokhova@hse.ru](mailto:atokhova@hse.ru)  
Психология



Устюгова Екатерина  
Викторовна  
[eustyugova@hse.ru](mailto:eustyugova@hse.ru)  
Иностранные языки и  
межкультурная коммуникация



Юферова Ольга Артуровна  
[ouyferova@hse.ru](mailto:ouyferova@hse.ru)  
Дизайн



Смирнова Яна Валерьевна  
[yvsmirnova@hse.ru](mailto:yvsmirnova@hse.ru)  
Менеджмент



Королева Лидия  
Александровна  
[lkoroleva@hse.ru](mailto:lkoroleva@hse.ru)  
Иностранный язык



Карпов Сергей Владимирович  
[karпов@hse.ru](mailto:karпов@hse.ru)  
Экономика



Иванова Анна Владимировна  
[avivanova@hse.ru](mailto:avivanova@hse.ru)  
Философия



Пешик Ирина Сергеевна  
[ipeshik@hse.ru](mailto:ipeshik@hse.ru)  
Культурология



Барзова Татьяна Васильевна  
[tbarzova@hse.ru](mailto:tbarzova@hse.ru)  
История

**Кураторство –  
обеспечение  
постоянного доступа  
к электронным  
ресурсам**



# Единый архив экономических и социологических данных

**СПАРК (Система профессионального анализа предприятий и рынков) информационного агентства Интерфакс**

**Statista с модулем Company DB**



Ссылка на ресурс <http://sophist.hse.ru/4dbank.shtml>

**Спасибо за внимание**