

Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

**АКТУАЛИЗАЦИЯ БРЕНДА КАК ФАКТОР УВЕЛИЧЕНИЯ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИРМЫ**

Мозгачева Екатерина Васильевна

Студент

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет менеджмента и
маркетинга, Москва, Россия*

E-mail: katufka22@mail.ru

Научный руководитель

к. э. н., профессор Стыцюзь Рита Юрьевна

Литература

1. 1. Джоэри ван ден Берг, Матиас Берер "Крутые" всегда остаются "крутыми".
Брендинг для поколения Y Издательство: Питер, 2012 г.
2. 2. С. Бейтман, А. Хайленд Символ Symbol Издательство: Питер, 2012 г.
3. 3. Бернар Гали Brand. Рождение имени. Энциклопедия Издательство: Палимпсест,
2007 г.
4. 4. Рэймонд Надо Живые бренды. Новый подход к созданию и продвижению брен-
дов
5. 5. Living Brands Издательство: Издательский дом Гребенникова, 2009 г.
6. 6. Олег Ткачев .Visual бренд. Притягивая взгляды потребителей Издательство:
Альпина Бизнес Букс, 2009 г.
7. 7. Джек Траут, Стив Ривкин. Дифференцируйся или умирай! Выживание в эпо-
ху убийственной конкуренции Differentiate or Die: Survival in Our Era of Killer
Competition Издательство: Питер, 2010 г.