

### **ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА:**

1. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг, 5-те вид. - М.: „Вільямс”, 2001.
2. Гаркавенко С. Маркетинг. Підручник. – К.: Лібра, 2002.
3. Ілляшенко С. М., Баскакова М. Ю. Маркетингові дослідження. — К.: Центр навчальної літератури, 2006.
4. Маркетинг: Підручник / В.Руделіус, О. Азарян, О. Виноградов та ін: Ред.-упор. О. Сидоренко, П. Редько. – К.: Навчально-методичний центр “Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні”, 2005.
5. С. І. Маркетингові дослідження. — К: Скарби, 2004.

### **РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:**

1. Аникеев С. Н. Методика разработки плана маркетинга: практическое руководство. — М.: Фолиум, 1996.
2. Бове К. Л. Поведение потребителя и сегментирование рынка / К. Л. Бове, У. Ф. Аренс // Психология и психоанализ рекламы. – Самара: Изд. дом БАХРАХ-М, 2001.
3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент. — К.: КНЕУ, 1998.
4. Войчак А. В. Маркетингові дослідження. — К.: КНЕУ, 2001.
5. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Голубков Е. П. – 2-е изд. – М. : Финпресс, 2000.
6. Голубков Е. П. Маркетинг: словарь-справочник. – М. : Дело, 2000.
7. Голубков Е. П. Основы маркетинга. – М. : Финпресс, 1999.
8. Дайан А., Букерель Ф., Ланкар и др. Академия рынка. Маркетинг. — М.: Экономика, 1993.
9. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. — М.: Выс. шк., 1995.
10. Евланов Л. Г. Теория и практика принятия решений / Евланов Л. Г. – М. : Экономика, 1984.
11. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг.— М.: Экономика, 1990.
12. Жданов А. А. Изобретательство — стандартизация — патентирование. — М.: Изд. стандартов, 1982.
13. Завьялов П. С., Демидов В. Е. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов — сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке). — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Международ. отношения, 1991.
14. Завьялов П. С. Маркетинг в малом и среднем бизнесе. — М., 1992.
15. Зозулев А., Солнцев С. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: Учеб. пособие. – М.: Знания, 2008.
16. Зяткина Н. Е. Анализ формирования маркетинговых отношений в условиях смешанной экономики. — Донецк, 1992.
17. Ілляшенко С. М., Баскакова М. Ю. Маркетингові дослідження. — К.: Центр навчальної літератури, 2006.
18. Кардаш В. Я. Стандартизация и управление качеством продукции. — К.: Вища шк., 1985.
19. Кардаш В. Я. Экономика и стандартизация качества продукции. — К.: УМК ВО, 1985.

20. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика. — К.: КНЕУ, 1997.
21. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика. — К.: КНЕУ, 1999.
22. Косенков С. І. Маркетингові дослідження. — К.: Скарби, 2004.
23. Котлер Ф. Основы маркетинга. — М.: Прогресс, 1991.
24. Кретов И. И. Маркетинг на предприятии. — М.: Финстатинформ, 1994.
25. Крикавський Є. В., Косар Н. С., Мних О. Б., Сорока О. А. Маркетингові дослідження. — Львів: Національний університет „Львівська політехніка”, „Інтелект-Захід”, 2004.
26. Лавров С. Н., Здобин С. Г. Основы маркетинга промышленных объектов. — М.: Внешторгиздат, 1988.
27. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. — СПб: Наука, 1996.
28. Литвиненко А. Н. Основные принципы оценки конкурентоспособности промышленной продукции // Приложение к БИКИ. — 1984. — № 12.
29. Мазаракі А. А. Міжнародний маркетинг : підручник. / А. А. Мазаракі, Т. І. Чаюн, Т. М. Мельник. — К. : Київ. ДТЕУ, 2000.
30. Малхорта, Нэрэш К. Маркетинговые исследования. — М.: Издательский дом „Вильямс”, 2002.
31. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия. — М.: Внешторгиздат, 1988.
32. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О. Азарян, О. Виноградов та ін: Ред.-упор. О. Сидоренко, П. Редько. — К.: Навчально-методичний центр “Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні”, 2005.
33. Микитюк Н. Маркетингові дослідження: класифікація та характеристика видів і методів проведення // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». № 469. — 2003.
34. Парсяк В. Н., Рогов В. К. Маркетингові дослідження. — Херсон: Олді-плюс, 2004.
35. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції. — К.: Основи, 1998.
36. Резникова Н. Маркетинг в телекоммуникациях. — М., 2002.
37. Сендидж Ч., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика: Пер. с англ. / Под ред., вступ. Е. М. Пеньковой. — М.: Прогресс, 1989.
38. Современный маркетинг / В. Е. Хруцкий и др. — М.: Финансы и статистика, 1991.
39. Сондерс М. Методы проведения экономических исследований / М. Сондерс, Ф. Льюис, Э. Торнхилл. — М. : Эксмо, 2006.
40. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. — К.: М.; С-Пб, 1998.
41. Токарев Б. Е. Методы сбора и использование маркетинговой информации: Учебно-практич. пособие. — М.: Юрист, 2001.
42. Хаг П. Маркетинговые исследования: руководство по планированию, методологии и оценке: Пер. с 3-го англ. изд. — К.: Знання-Прес, 2005.
43. Черчилль Г. А. Маркетинговые исследования. — СПб. : Питер, 2000.