

Основна:

1. Павленко А.Ф. Маркетинг: Підручник. / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак– КНЕУ, 2003. – 246 с.
2. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс, 5-те видання.: Пер. з англ.: Навч. пос./ Г. Армстронг, Ф.Котлер - М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 608 с.
3. Адоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л.Адоев, А.П.Челенков . – М., «Новости», 2000.
4. Войчак А.В. Маркетингові дослідження./ А.В.Войчак К., КНЕУ, 2001.
5. Гантер Б., Фернгам А. Типы потребителей. Введение в психографику / Б. Гантер, А. Фернгам Спб, Питер, 2001.
6. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология. / Е.П. Голубков – М., Финпресс, 1998.
7. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. / Жан-Жак. Ламбен М., Спб, Питер, 2004.
8. Малхотра Нэреш Д. Маркетинговые исследования / Малхотра Нэреш Д. М., Спб., К., Издательский дом «Вильямс», 2002.
9. Старостина А.О. Маркетинговые исследования / А.О. Старостина. - М., Издательский дом «Вильямс», 2001.
10. Старостина А.О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект / А.О. Старостина. - К., М., Спб., Видавничий дім “Вільямс”, 1998.
11. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка / В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева. - М., финансы и статистика, 1999.
12. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А.Черчилль. - Спб., 2000.
13. Энджел Д.Ф. – Поведение потребителей / Д.Ф. Энджел, Р.Д. Блэуэл, П.У. Минкард. - Спб., 1999.

Додаткова:

1. Березин И. – Маркетинг и исследования рынков/ И. Березин. - М., Русская деловая Литература, 1999.
2. Гантер Б., Фернгам А. Типы потребителей. Введение в психографику / Б. Гантер, А. Фернгам Спб, Питер, 2001.
3. Дмитриева Е. Фокус-группы в маркетинге и социологии / Е. Дмитриева М., «Центр», 1998.
4. Плэтт В. Стратегическая разведка. Основные принципы / В. М. Плэтт, Форум. 1997.
5. Симпин Л. Практическое руководство по сегментированию рынка / С. Дибб., Л. Симпин Спб., Питер, 2001.