

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Балабанова, Стратегічний маркетинг [Текст] : підручник / Л. В. Балабанова, В. В. Холод, І. В. Балабанова. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 631 с.
2. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентноспроможністю підприємств/ Л. В. Балабанова, В. В. Холод – К.: Професіонал, 2006. – 448 с.
3. Василенко В.А. Стратегічне управління: навч. посібник / В.А. Василенко, Т.І. Ткаченко. – К.: Знання, 2013. – 110 с.
4. Гужвинская Л. Эффективная маркетинговая стратегия. Стратегия как дирижер маркетингового процесса / Л. Гужвинская // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 2. – С. 13-15.
5. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Г.І. Кіндрацька. – 2-ге вид., перероб. і доповн. – Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2010. – 406 с.
6. Корецький М. Х. Стратегічне управління / М.Х. Корецький, А. Д. Дегтяр, О.І. Дацій – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 240 с.
7. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник. — Вид. 2-ге, без змін. К.: КНЕУ 2006.—152 с
8. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія. / Н.В. Куденко. — К.: КНЕУ, 2002. — 245 с.
9. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд – СПб.: Питер, 2000. – 320 с.
10. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник /В.Д. Немцов, Л.Є Довгань. – Київ, 2002. – 560 с.
11. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратеги : [учебник для вузов] / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд; пер. с англ. А. Г. Зайцева, М. И. Соколова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
12. Фатхутдинов А. Стратегический маркетинг / А. Фатхутдинов. – М.: Инфра-М, 2004. – 508 с.
13. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Навч. посібник / З.Є. Шершньова, С.В. Оборська – К.: КНЕУ, 1999. – 384 с.
14. Чувакова С.Г. Стратегический маркетинг: Учебное пособие/С.Г. Чувакова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010.-272 с.

Допоміжна

15. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 285 с.
16. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації : монографія / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2003. – 149 с.
17. Балабанова Л.В. Маркетинг: конспект лекцій / Л.В. Балабанова, С.І. Коломицева. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2014. – 191 с.

18. Бень Т.Г. Основи цінової політики і ціноутворення в промисловості: навч. посібник / Т.Г. Бень. – Дніпропетровськ : ДМетАУ, 2016. – 151 с.
19. Берет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Берет, С. Мориарти; под ред. С.Г. Божук. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.
20. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту: навчальний посібник / В.В. Божкова, М.Ю. Мельник. – К. : ЦУЛ, 2008. – 128с.
21. Бутенко Н.В. Основи маркетингу: навчальний посібник / Н.В. Бутенко. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 140 с.
22. Ваганов А.С. Стратегический маркетинг: учебно-практическое пособие / А.С. Ваганов, Н.А. Шмелев. – М. : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2015. – 112 с.
23. Длігач А.О. Стратегії конкурентної поведінки в системі стратегічного маркетингу / А.О. Длігач // Проблеми матеріальної культури. Економічні науки. – С. 33-37
24. Дибб С., Практическое руководство по сегментированию рынка: цели, анализ, стратегии./ С. Дибб, Л. Симкин — СПб.: ПИТЕР, 2001. — 240 с.
25. Дибб С., Практическое руководство по маркетинговому планированию: разработка, внедрение, контроль./ С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли — СПб.: ПИТЕР, 2001. — 255 с.
26. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика. / П. Дойль — СПб. : ПИТЕР, 1999. — 560 с.
27. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. / П. Дойль — СПб.: ПИТЕР, 2002. — 544 с.
28. Дэй Дж. Стратегический маркетинг./ Дж. Дэй — М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. — 640 с.
29. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль./ Ф. Котлер — СПб.: ПИТЕР, 1998. — 888 с.
30. Минцберг Г. Стратегический процесс: концепции, проблемы, решения. / Г. Минцберг, С. Гошал — СПб.: ПИТЕР, 2011. — 688 с.
31. Портер М. Международная конкуренция./ М.Портер — М.: Международные отношения, 1993. — 896 с.
32. Портер М. Конкуренция./ М.Портер — К.: Вильямс, 2000. — 495 с.
33. Райс Э. Маркетинговые войны./ Э.Райс, Д.Траут — СПб.: ПИТЕР, 2000. — 255 с.
34. Траут Дж. Новое позиционирование. / Дж. Траут — СПб.: ПИТЕР, 2001. — 190 с.
35. Хасси Д. Стратегия и планирование. Путеводитель менеджера. / Д. Хасси — СПб.: ПИТЕР, 2001. — 378 с.
36. Эткинсон Дж. Стратегический маркетинг. Ситуации и примеры./ Дж. Эткинсон, И. Уилсон. — М.: ЮНИТИ, 2001. — 472 с.
37. Aaker D. Strategic Market Management. — IRWIN, 1998. — 326 p.
38. Andrews K. R. The Concept of Corporate Strategy. — R.D.Irwin, Inc., 1980. — 450 p.
39. Berrigan J., Finkbeiner C. Segmentation Marketing. New Methods for Capturing Business Markets. — New York: Harper Business, 1996. — 270 p.

40. Davidson H. Offensive Marketing. — Penguin Books, England, 1987. — 410 p.
41. Day G. S. Strategic Market Planning: the Pursuit of Competitive Advantage. — West Publishing, StPaul, Minnesota, 1984.
42. Day G. S. Analysis for Strategic Market Decisions. — West Publishing, St.Paul, Minnesota, 1986.
43. McDonald M. H. B. Marketing Plans: How to Prepare Them, How to Use Them. — Butterworth Heinemann, Oxford, 1995. — 485 p.
44. Miles R. E., Snow C. C. Organizational Strategy, Structure and Process. — New York: McGraw-Hill, 1978.
45. Pearson G. Strategic Thinking. — U.K: Prentice Hall, 1990. — 263 p.
46. Rice C. Understanding Customers — UK, Chartered Institute of Marketing, 1997. — 312 p.
47. Steiner G. Strategic Planning: What Every Manager Must Know. — New York: The Free Press, 1979. — 160 p.
48. Walker O. C., Boyd H. W., Larreche J. C. Marketing Strategy. — USA, IRWIN, 1996. — 385 p.