

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Арестенко Т.В. Бренд-менеджмент: Опорний конспект лекцій / Арестенко Т.В., Арестенко В.В., Гапоненко Т.М. – Київ: «ЦП«КОМПРИНТ», 2014. – 24 с.
2. Маркетингова товарна політика / [Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Боняр С.М. та ін.] – К.: Преса України, 2012. – 262 с.
3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / В.Я. Кардаш. – К.: КНЕУ. – 345 с.

Додаткова

4. Элвуд Айен. Основы брендинга / Айен Элвуд – М.: Изд.-торг. дом «Гранд», 2002. – 336 с.
5. Д'Алессандро Девид. Войны брендов / Девид Д'Алессандро – СПб.: Питер, 2002. – 221 с.
6. Ле Пла Ф. Джозеф, М. Паркер Линн. Интегрированный брендинг / Ф. Джозеф Ле Пла, Линн М. Паркер – М.: Олма-пресс, 2003. – 318 с.
7. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России / Домнин В. Н. – СПб.: Питер, 2004. – 380 с.
8. Дробо Кэвин. Секреты сильного бренда: Как добиться коммерческой уникальности / Кэвин Дробо – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 274 с.
9. Кендюхов О.В. Бренд-менеджмент: навч. Посіб./ О.В. Кендюхов, К.Ю. Ягельська, Д.С. Файвішенко. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2013. – 460 с.
10. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. – 2-ге вид., доп. і перероб. / Т. І. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2009. – 524 с.
11. Мороз О. В. Теорія сучасного брендингу: Монографія. / О. В. Мороз. – Вінниця: Універсум „Вінниця”, 2003. – 104 с.
12. Рэнделл Дж. Брендинг: Краткий курс / Дж. Рэнделл. – М.: Фин-Пресс, 2003.
13. Темпорал Пол. Эффективный бренд-менеджмент / Пол Темпорал. – СПб.: Изд. дом «Нева», 2003. – 319 с.

14. Нильсон Торстен. Конкурентный брендинг / Торстен Нильсон. – СПб.: Питер, 2003. – 207 с.
15. Джек Траут. Большие бренды – большие проблемы. Учитесь на чужих ошибках / Траут Джек. – СПб.: Питер, 2002. – 240 с.
16. Хейг М. Крупнейшие ошибки брендинга: Пер. с англ. / М. Хейг– СПб.: Нева, 2003. – 191 с.
17. Чармэссон Г. Торговая марка: как создать имя, которое принесет миллион / Г.Чармэссон – СПб.: Питер, 1999. – 224 с.
18. Чернатони де Л. От видения бренда к оценке бренда. Стратегический процесс роста и усиления брендов: Пер. с англ. / Чернатони де Л. От. – М.: ООО Группа ИДТ, 2007.
19. Шарков Ф. И. Брендинг и культура организации (управление брендом как элементом культуры организации) / Ф. И. Шарков. – М.: Соц. отнош.: Перспект., 2002. – 266 с.

Інформаційні ресурси

1. Навчально-інформаційний портал ТДАТУ

<http://nip.tsatu.edu.ua/course/view.php.id=2>

2. Бібліотека ТДАТУ, м. Мелітополь, пр. Б.Хмельницького, 18

3. Міська бібліотека ім. М.Ю. Лермонтова, пл. Перемоги, 1

4. Джерела Інтернет

□ Офіційне інтернет-представництво Президента України

<http://www.president.gov.ua/>.

□ Верховна Рада України <http://www.rada.kiev.ua>

□ Постійне представництво України при ООН <http://www.uamission.org/>.

□ Журнал «Маркетинг в Україні» <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua>

□ Маркетинговий портал <http://www.marketing-research.in.ua>

□ GFK Ukraine http://www.gfk.ua/about_us/methods/cati/index.ua.html

□ TNS Ukraine [<http://tns.sdv.com.ua/page3457.html?template=print>