

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Аакер Д. Маркетинговые исследования, 7-е изд. / Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй: Пер. с англ. под ред. С. Божук. – СПб.: Питер, 2004. – 848 с.
2. Армстронг Г., Котлер Ф. Введение в маркетинг: Пер. с англ.: Учеб.пособ. - 5-е изд. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. - 640 с.
3. Бізнес-адміністрування: магістерський курс: підруч. / За ред. Л. Г. Мельника, С. М. Ілляшенка, І. М. Сотник. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 896 с.
4. Братко О.С. Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник. – Тернопіль: Карт-бланш, 2006. – 275 с
5. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. - К.: Лібра, 2002. - 712 с.
6. Герасимчук В.Г. Інноваційність моделі економічного розвитку України // Механізми управління розвитком соціально-економічних систем: монографія / за заг. ред. О. В. Мартякової. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2010, С. 18–27.
7. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. - Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. — 234 с
8. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. - К.:КНЕУ, 2001.-240 с.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга: профессиональное издание / Ф. Котлер, Г. Армстронг; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2009. – 1072 с .
10. Крикавський Є. В., Чухрай Н. І. Логістика: компендіум і практикум: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2012. – 340 с.
11. Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С.Я. Маркетинг: основи теорії та практики. Навчальний посібник. / За загальною редакцією В.В. Липучка. – Львів: «Новий світ - 2000»; «Магнолія плюс». – 2003. – 288с.
12. Лилик І.В., Кудирко О.В. Маркетингові дослідження: кейси та ситуаційні справи. Практикум. – К.: КНЕУ, 2010. – 313 с.
13. Лилик Ірина Ринок маркетингових досліджень в Україні 2014 рік: експертна оцінка та аналіз УАМ / Ірина Лилик // Маркетинг в Україні. – 2015. – №1. – С. 4–26.
14. Маркетинг : [підручник]. / А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський та ін. ; за ред. А. О. Старостіної.– К.: Знання, 2009. –1070 с.
15. Маркетинг для магістрів : [навч. посіб.]. / За заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 928 с.
16. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: [моногр.] / За заг. ред. С. М. Ілляшенка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2006. – 728 с.

Допоміжна

17. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws>

18. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show>
19. Про рекламу: Закон України від 3.07.1996 № 270/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96>
20. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини: Закон України від 24.10.2002 № 191-ІV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/191-15>
21. Система розроблення та постачання продукції на виробництво. Основні терміни та визначення: ДСТУ 3278-95 [Чинний від 1995–12–27]. – Київ: Держспоживстандарт України, 1995. – 15 с. – (Національний стандарт України).
22. Бернс Э.С. Основы маркетинговых исследований с использованием Microsoft Excel / Э.С. Бернс, Р.Ф. Буш: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 285 с.
23. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология / Е.П. Голубков. – М.: Финпресс, 2005. – 464 с. – С.263-269.
24. Котлер Ф. Эксклюзивный материал мастер-класса Филипа Котлера в Украине «Управление и маркетинг в эпоху потрясений» / Ф. Котлер [Пер. з англ. О.Шестопалова]. — К.: Хімджест, ПЛАСКЕ. — 2009. — 125 с.
25. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.
26. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Питер, 2008. – 796 с.
27. Мороз О.В. Теорія сучасного брендингу / О.В. Мороз, О.В. Пашенко. – Вінниця : Універсум-Вінниця, 2003. – 103 с.
28. Мхитарян С. В. Маркетингова інформаційна система. / С. В. Мхитарян. – М.: Изд-во Эксмо, 2006. – 336 с.
29. Норіцина Н.І. Маркетингове ціноутворення як чинник прибуткової діяльності підприємства // Маркетинг в Україні. – 2007. – №5. – С. 41–43.
30. Павленко А. Ф. Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетникова, А. В. Войчак; за науковою ред.. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А. Ф. Павленко; кер. Авт. кол. д-р екон. наук, проф. І. Л. Решетникова. – К. : КНЕУ, 2008. – 600 с.
31. Петренко О., Петренко О. Про ціноутворення в умовах монопольного ринку // Економіка України. – 2010. – № 3. – С. 36–42.
32. Полторац В.А. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник / В.А. Полторац / К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 387 с.
33. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. – К.: ТОВ«Лазарит-Поліграф», 2012 – 480 с.

34. Федорченко А.В. Система маркетингових досліджень: монографія / А.В. Федорченко. – К.: КНЕУ, 2009. – 267 с.
35. Шершньова З.Є. Стратегічне управління. [Електронний ресурс]: Підручник, 2-ге видання, К: КНЕУ, 2004. – 699 с. – Режим доступу: <http://in.com.ua/book>
36. Эванс Дж. Р. Маркетинг / Дж. Р. Эванс, Б. Берман ; пер. с англ. – М. : Сирин, 2002. – 308 с.
37. Юрчак О.В. Виклики маркетингу В2В в Україні // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 5. – С. 67–70.

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>