

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная

1. Енин, Ю.И. Основы интернет-маркетинга: учебно-методический комплекс / [Ю.И. Енин, В.С. Голик, А.П. Ковалев]. — Минск: МИУ, 2013. — 160 с.
2. Зиссер, Ю.А. Маркетинг on-line: Как превратить сайт компании в эффективный инструмент продаж / Ю.А. Зиссер. — Минск: Изд-во Гревцова, 2007. — 304 с.
3. Акулич, И.Л. Маркетинг / И.Л. Акулич. — Минск: Вышэйшая школа, 2010. — 525 с.

Дополнительная

4. Манн, И. Интернет-маркетинг на 100% / И. Манн. — СПб: Питер, 2015. — 240 с.
5. Стелзнер, М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / М. Стелзнер. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 288 с.
6. Зарелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта / Д. Зарелла. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 192 с.
7. Гаврилов, Л. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. Гаврилов. — Москва: Солон-пресс, 2014. — 592 с.
8. Брагин, Л., Иванов, Г., Никишин, А. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. Брагин, Г. Иванов, А. Никишин. — Москва: Инфра-М, 2014. — 192 с.
9. Данченко, Л. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации / Л. Данченко. — СПб: Питер, 2013. — 288 с.
10. Кокрум, Дж. Интернет-маркетинг: лучшие бесплатные инструменты / Дж. Кокрум. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 384 с.
11. Акулич, И.Л. Маркетинг в понятиях и определениях / И.Л. Акулич. — Минск: Издательство Гревцова, 2006. — 250 с.
12. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Двенадцатое издание / Ф. Котлер. — СПб: Питер, 2011. — 816 с.
13. Акулич, И.Л. Маркетинг взаимоотношений / И.Л. Акулич. — Минск: Вышэйшая школа, 2010. — 256 с.
14. Траут, Дж. Репозиционирование. Бизнес в эпоху конкуренции, перемен и кризиса / Дж. Траут. — СПб.: Питер, 2010. — 256 с.