**ЛИТЕРАТУРА**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ»**

*Основная*

1. Гречков, В. Ю. Маркетинговая аналитика с использованием IBM SPSS Statistics : учебное пособие / В. Ю. Гречков ; ФГАОУ ВО "Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел Рос. Федерации", Каф. менеджмента, маркетинга и внешнеэкон. деятельности им. И.Н. Герчиковой. – М.: МГИМО-Университет, 2019. - 239, [2] с. : ил.
2. Зорина, Т.Г. Маркетинговые исследования. Практикум: Уч.пос./ Т.Г. Зорина, С.В. Артеменко. – Минск: БГЭУ, 2020. – 400 с.
3. Логистика и управление цепями поставок: учеб пособие / О.В. Ерчак [ и др.]; под ред. И.И. Полещук, О.В. Ерчак. – Минск: БГЭУ, 2019. – 397 с.
4. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практ. руководство / Нэреш К. Малхотра. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2016. – 1184 с.
5. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям : [в 2 ч.] / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – М.: Юрайт, 2019. - Ч. 1. - 243, [1] с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс).
6. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям : [в 2 ч.] / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – М. : Юрайт, 2019. - Ч. 2. – 219 с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс).
7. Орлова, И. Многомерный статистический анализ в экономических задачах / И. Орлова, Н. Концевая, В. Турундаевский. – М.: Инфра-М, 2014. – 320 с.

*Дополнительная*

1. Власов, К.Л. Методы исследований и организация экспериментов / К.Л. Власов. – Харьков: Гуманитарный центр, 2016. – 412 с.
2. Ерчак, О.В. Исследования в логистике: практикум: учебно-метод. пособ. / О.В. Ерчак, О.Л. Ковалева, Е.Н. Полешук. – Минск: БГЭУ, 2015. – 127 с.
3. Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. — 2-е изд., доп. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2020. — 368 с. - ISBN 978-5-9558-0233-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1058467 (дата обращения: 03.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Карасев, А. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ / А. Карасев. – М.: Юрайт, 2015. – 324 с.
5. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие / Г. Моосмюллер, Н.Н. Ребик. — 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 200 с.
6. Ниворожкина, Л. Статистические методы анализа данных / Л. Ниворожкина, С. Арженовский, А. Рудяга и др. – М.: Инфра-М, 2017. – 333 с.
7. Орлова, И. Многомерный статистический анализ в экономических задачах: компьютерное моделирование в SPSS / И. Орлова. – М.: Вузовский учебник, 2017. – 310 с.
8. Реброва, Н. П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : учебное пособие : [16+] / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. – М.: Прометей, 2020. – 159 с.
9. Рубцова, Н. В. Анализ рыночных возможностей : учебное пособие : [16+] / Н. В. Рубцова. – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2021. – 118 с.
10. Рыжикова, Т. Н. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 38.03.02 "Менеджмент" (профиль — "Маркетинг") (квалификация (степень) — "бакалавр") / Т. Н. Рыжикова. — М. : Инфра-М, 2018. — 287, [1] с. : ил., табл.
11. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. — 2-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация«Дашков и К°», 2019. - 294 с. - ISBN 978-5-394-03074-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1093671 (дата обращения: 03.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
12. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд., стер. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 214 с. - ISBN 978-5-394-03602-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091794 (дата обращения: 03.10.2022). – Режим доступа: по подписке.
13. Статистика в маркетинге и маркетинговых исследованиях: учебник / Н. А. Эльдяева, О. Г. Лебединская, В. В. Борисов [и др.];под ред. Н. А. Эльдяевой. – Москва:Юнити-Дана, 2019. – 192 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке.– URL:  <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683439> (дата обращения: 03.10.2022). – Библиогр.: с. 182-183. – ISBN 978-5-238-03254-2. – Текст: электронный.
14. Цой, М. Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие : в 3 частях / М. Е. Цой, В. Ю. Щеколдин ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – Часть 1. Направления и методы маркетинговых исследований. – 67 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575338> (дата обращения: 14.09.2022). – Библиогр.: с. 62-64. – ISBN 978-5-7782-3635-6. - ISBN 978-5-7782-3636-3 (Ч. 1). – Текст : электронный.