

Рекомендуемая литература
по дисциплине
«ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ОЦЕНКА
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»
для магистров по специальности
1-25 81 08 «Товароведение и экспертиза товаров»

Основная

1. Циунчик, О.В. Прикладной маркетинг: маркетинговые исследования в торговле: учеб. пособие / О.В. Циунчик, В.В. Карачун. – Мн.: БГЭУ, 2006. – 170 с.
2. Соломон, М.Р. Поведение потребителей. Искусство и наука побеждать на рынке: пер. с англ. / М.Р. Соломон; под ред. В.Е. Момота. - СПб.: DiaSoft, 2003. - 777 с.
3. Меликян, О.М. Поведение потребителей: учеб. пособие / О.М. Меликян. – М.: Дашков и К, 2006. - 257 с.
4. Энджел, Дж. Ф. Поведение потребителей: учебник: пер. с англ. / Джеймс Ф. Энджел, Р. Д. Блэкуэлл, П. У. Миниард. - СПб.: ПитерКом, 2009. - 759 с.
5. Крылова, Е.Г. Маркетинговые исследования товаров и потребителей: учеб. пособие / Е.Г. Крылова. - Минск: БГЭУ, 1992. - 52 с.

Дополнительная

6. Крылова, Е.Г. Потребительская оценка как предмет маркетинговых исследований / Е.Г. Крылова // Гермес. – 1994. - № 3. - С. 12-13.
7. Груздев, В.В. Использование потребительской оценки для повышения качества товаров народного потребления (на примере обуви): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.20 / В.В. Груздев; ВНИИС. – М., 1989. – 22 с.
8. Лифиц, И.М. Формирование и оценка конкурентоспособности товаров и услуг: учеб. пособие / И.М. Лифиц. – М.: Юрайт-Издат, 2004. – 335 с.
9. Маркетинг: учебник / [Н.П. Ващекин и др.]; под ред. Н.П. Ващекина. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИД ФБК-Пресс, 2006. - 312 с.
10. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг: пер. с англ. / Жан-Жак Ламбен. - СПб.: Питер, 2004. - 796 с.

11. Марьин, Ю.И. Экспертная оценка технического уровня качества электротехнических изделий: практикум / Ю.И. Марьин. - Минск: БГЭУ, 2005. - 117 с.
12. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие / И.К. Беляевский. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 319 с.
13. Томпсон-мл. Артур, А. Стратегический менеджмент: концепция и ситуации для анализа / Артур А. Томпсон-мл., А. Дж. Стикланд. – 12-е изд.: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 202 с.
14. Кривенс Дэвид, В. Стратегический маркетинг / Дэвид В. Кривенс. – 6-е изд.: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 196 с.
15. Груздев, В.В. Использование потребительской оценки для повышения качества товаров народного потребления (на примере обуви): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.20 / В.В. Груздев; ВНИИС. – М., 1989. – 22 с.
16. Магомедов, Ш. Сущность теории потребительской ценности товаров / Ш. Магомедов // Стандарты и качество. – 2004. - № 6. – С. 78-81.
17. Мельникова, О.Г. Фокус-группы в маркетинговом исследовании / О.Г. Мельникова. - М., 2003.