**ЛИТЕРАТУРА**

 **ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ»**

**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. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учебное пособие / [А. Ю. Агеев и др.] ; Министерство науки и высшего образования РФ, Новосибирский государственный университет, Компания INTELSIB. — Изд. 2-е, исправленное и дополненное. — Новосибирск : ИПЦ НГУ, 2020. — 552, [1] с. : ил.
4. Ковалева, О. Л. Маркетинговые исследования [электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-26 02 03 "Маркетинг" / Ковалева О. Л., Анохина Н. Н. Минск : БГЭУ, 2020. – Режим доступа: http:// http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/2324. – Дата доступа: 12.09.2022.
5. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практ. руководство / Нэреш К. Малхотра. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2016. – 1184 с.
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. 1. - 243, [1] с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс).
7. 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).

**Дополнительная**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг: учебник / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342> (дата обращения: 03.10.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст: электронный.
2. Власов, К.Л. Методы исследований и организация экспериментов / К.Л. Власов. – Харьков: Гуманитарный центр, 2016. – 412 с.
3. Гавриков, А. Интернет-маркетинг. Настольная книга digital-маркетолога / А. Гавриков, В. Давыдов, М. Федоров. - М. : АСТ, 2020. - 345, [6] с. : ил.
4. Белер, Х. Методы исследования рынка / Х. Белер. – Харьков: Изд-во Гуманитарный центр, 2013. – 296 с.
5. 9.​ Зайцев, А.Г. Маркетинговые исследования / А.Г. Зайцев. – М.: Юрайт, 2017. – 88 с.
6. 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.
7. Карасев, А. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ / А. Карасев. – М.: Юрайт, 2015. – 324 с.
8. Коротков, А. Маркетинговые исследования / А. Коротков. – М.: Юрайт, 2017. – 608 с.
9. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учебное пособие : для использования в образовательном процессе образовательных организаций, реализующих программы высшего образования по направлениям подготовки "Менеджмент", профиль "Маркетинг" (уровень бакалавриата), и "Менеджмент" (уровень магистратуры) / [Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт отраслевого менеджмента ; под редакцией Л. С. Латышовой]. — 2-е изд. — М. : Дашков и К°, 2019. — 141 с. : табл., цв. ил.
10. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS : учебное пособие / Г. Моосмюллер, Н.Н. Ребик. — 2-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2021. — 200 с.
11. Ниворожкина, Л. Статистические методы анализа данных / Л. Ниворожкина, С. Арженовский, А. Рудяга и др. – М.: Инфра-М, 2017. – 333 с.
12. Орлова, И. Многомерный статистический анализ в экономических задачах: компьютерное моделирование в SPSS / И. Орлова. – М.: Вузовский учебник, 2017. – 310 с.
13. Реброва, Н. П. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты : учебное пособие : [16+] / Н. П. Реброва, Е. А. Лунева. – М.: Прометей, 2020. – 159 с.
14. Романенкова, О.Н. Маркетинговые исследования / О.Н. Романенкова. – М.: Юрайт, 2016. – 315 с.
15. Рубцова, Н. В. Анализ рыночных возможностей : учебное пособие : [16+] / Н. В. Рубцова. – Иркутск : Байкальский государственный университет, 2021. – 118 с.
16. 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.
17. 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.
18. 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.
19. 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.
20. Твердохлебова, М. Д. Интернет-маркетинг: учебник для направления бакалавриата "Менеджмент" / М. Д. Твердохлебова ; Российский экон. ун-т им. Г.В. Плеханова. - М. : КНОРУС, 2020. - 190 с. : ил.
21. Тюрин, Д. Маркетинговые исследования / Д. Тюрин. – М.: Юрайт, 2016. – 344 с.
22. 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.
23. Черных, В.В. Маркетинговые исследования рынка инновационного продукта: Уч.пос./ В.В., Черных. – СПб.: Лань, 2018. – 124 с.