

## Список рекомендованной литературы

### *Основная литература*

1. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент. Спб.: Питер, 2002.
2. Кривенс Д. Стратегический маркетинг, 6-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2006.
4. МакДональд М. Планы маркетинга. Как их составлять и использовать. – М.: Издательский Дом «Технологии», 2004.
5. Маркетинговые стратегии роста прибыльности и стоимости бизнеса. Практика крупных российских компаний / Под ред. А.А. Браверманна; НО «Ро. Ассоциация маркетинга». – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2006.
6. Разумова С.В. Стратегический маркетинг. М.: БГЭУ, 2008.
7. Уолкер-младший О. Маркетинговая стратегия. Курс МВА/ О. Уолкер-мл. и др. – М.: Вершина, 2006.
8. Хулей Г., Сондерс Дж., Пирси Н. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование / пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005.

### *Дополнительная литература*

9. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия. - М.: ИНФРА-М, 1999.
10. Барановский С.И. Стратегический маркетинг: Учебное пособие для вузов по спец. "Маркетинг" / Барановский Станислав Иванович, Л. В. Лагодич. – Мн.: ИВЦ Минфина, 2005.
11. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление. Полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика. – М.: Изд-во Эксмо, 2005.
12. Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок. – Пер. с англ. В. Егорова.- М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002.
13. Дженстер П., Хасси Д. Анализ сильных и слабых сторон компании: определение стратегических возможностей. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003.
14. Дибб С., Симкин Л. Практическое руководство по сегментированию рынка. СПб: Питер, 2002.
15. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993.
16. О'Шоннеси Дж. Конкурентный маркетинг. - М., 2002.