**ЛИТЕРАТУРА**

 **ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ»**

**Основная**

1. Баранчеев, В.П. Маркетинг инноваций. Учебник / В.П. Баранчеев. – М., Благовест, 2007. – 232 с.

2. Баркер, А. Алхимия инноваций / А. Баркер. – М.: Вершина, 2004. – 211с.

3. Каленская, Н.В. Маркетинг инноваций. Учебное пособие / Н.В. Каленская. – Казань, 2012. – 179с.

4. Секерин, В.Д. Инновационный маркетинг: Учебное пособие / В.Д. Секерин.

5. Стерхова, С.А. Инновационный продукт: инструменты маркетинга. Учебное пособие / С.А. Стерхова. – М.: Издательство «Дело», АНХ, 2009.

**Дополнительная**

1. Авдулов, А.Н. Методы экономической оценки новых технологий в условиях рыночного хозяйства / А.Н. Авдулов. – М.: Дашков и К., 2003. – 153с.

2. Адно, Ю.Л. Мировая экономика. Глобальные тенденции за 100 лет / Ю.Л. Адно, И.И. Александрова. – М.: Юристъ, 2003.

3. Баранчеев, В.П. Управление инновациями. Учебник / В.П. Баранчеев, Н.Н. Масленникова. – М.: Юрайт, 2009. – 711с.

4. Васильева, Л.Н. Методы управления инновационной деятельностью: Учебное пособие / Л.Н. Васильева, Е.А. Муравьева. – М.: Кнорус, 2005.

5. Васильева, О.Е. Эффективность сервисного обслуживания продукции / О.Е. Васильева. – М.: Экономика, 2007.

6. Гончарова, Н.П. Маркетинг инновационного процесса: Учебное пособие / Н.П. Гончарова, П.Г. Перерва. – Киев: Наука, 1998. – 293с.

7. Инновационный менеджмент: Учебное пособие / под ред. В.М. Аньшина, А.А. Догаева. – М: Дело, 2006. – 831с.

8. Пермичеев, Н.Ф. Маркетинг инноваций: Учебное пособие / Н.Ф. Пермичеев, О.А. Палева. – Н. Новгород: 2007. – 195с.

9. Рычкова, Н.В. Маркетинговые инновации. Учебное пособие / Н.В. Рычкова. – М.: Кнорус, 2009. – 226с.

10. Лужанский, Б.Е. Оценка стоимости научно-технической продукции / Б.Е. Лужанский. – М.: МАИ, 2002.

11. Солоу, Р. Инновационное развитие предприятия / Р. Солоу. – М.: Прогресс, 1995.

12. Титов, А.Б. Маркетинг и управление инновациями / А.Б. Титов. – СПБ «Питер», 2001.