**ПРОМЫШЛЕННЫЙ МАРКЕТИНГ**

# ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основная литература:

1. Академия рынка: маркетинг: Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар [и др.]; Науч. ред. А.Г. Худокормов. – Москва : Экономика, 1993. – 572 с.
2. Бек, М. А. Маркетинг B2B : учебное пособие для вузов / М. А. Бек : Москва : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 327 с.
3. Браерти, Эдвард Бизнес-маркетинг / Э. Браерти, Р. Эклс, Р. Ридер. - Москва : Издательский дом Гребенникова, 2007. – 736 с.
4. Буров, А. С. Конъюнктура мировых рынков товаров и услуг / А. С. Буров. – Москва : Издательство «Экзамен», 2005. – 160 с.
5. Дихтль, Е. Практический маркетинг: учеб. пособие / Е. Дихтль, Х. Хершген. – Москва : Высш. шк., 1995. – 255 с.
6. Зозулев, А. В. Промышленный маркетинг. Стратегический аспект : учеб. пособие /А. В. Зозулев. – Харьков: Студцентор, 2005. – 328с.
7. Карпеко, О.И. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. – Минск : БГЭУ, 2010. – 415 с.
8. Ковалев, А.И. Промышленный маркетинг : в 2 ч. / А. И. Ковалев. – Москва : ООО «Благовест –В», 2002. – Ч. 1, 2.
9. Кожекин, Г. Я. Маркетинг предприятия : учеб. пособие / Г. Я. Кожекин, С. Г. Мисербиева. – Минск : Книжный Дом, Мисанта, 2004. – 240 с.
10. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург : Питер Ком, 1999. – 896 с.
11. Кулибанова, В. В. Прикладной маркетинг / В. В. Кулибанова. – Санкт-Петербург : Издательский дом «Нева», 2003. – 272 с.
12. Кунявский, М.Е. Управление маркетингом промышленного предприятия / М.Е. Кунявский, И.М. Кублин, К.О. Распоров. – Москва : Международные отношения, 2004. – 376 с.
13. Линтон, И. Маркетинг по базам данных / И. Линтон. – Минск : Амалфея, 2004. – 272 с.
14. Николайчук, В.Е. Промышленный маркетинг: учебное пособие / В.Е. Николайчук, М. И. Белявцев. - Донецк : ООО ПКФ «БАО», 2004. – 383 с.
15. МакНейл, Рут. Маркетинговые исследования в сфере В2В : Анализ и оценка рынков товаров для бизнеса / Рут МакНейл. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Бук, 2007. – 432 с.
16. Маркетинг / А. Н. Романов [ и др. ]. – Москва : Банки и биржи. ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
17. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. пособие / под. ред. В.А. Алексунина. – Москва : Дашков и К, 2002. – 614 с.
18. Медведев, П. М. Организация маркетинговой службы с нуля. Бизнес-процессы маркетинговой деятельности. Постановка задач и методы оценки работы маркетологов. Организация взаимодействия со смежными службами / П. М. Медведев. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 224 с.
19. Минет, Стив. Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач: Пер. с англ. / Стив Минетт. - Москва : ИД "Вильямс", 2003. - 208 с.
20. Михарева, В.А. Прикладной маркетинг : учебное пособие / В.А. Михарева [и др.]. – Минск : Выш. шк., 2007. – 431 с.
21. Мхитарян, С.В. Отраслевой маркетинг / С.В. Мхитарян. – Москва : Эксмо, 2006. – 368 с.
22. Райт, Рэй B2B – маркетинг. Пошаговое руководство / Рэй Райт. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Бук, 2007. – 624 с.
23. Третьяк, О. А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления / О. А. Третьяк. – Москва : ИНФРА – М, 2005. – 403 с.
24. Уэбстер, Ф. Основы промышленного маркетинга / Ф. Уэбстер. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2005. – 416 с.
25. Хершген, Х. Маркетинг: основы профессионального успеха : учебник для вузов / Х. Хершген. – Москва : ИНФРА – М, 2000. – 334 с.
26. Холленсен, С. Глобальный маркетинг / С. Холленсен. – Минск : Новое знание, 2004. – 832 с.
27. Юлдашева, О. У. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. У. Юлдашева. – Санкт-Петербург : Изд. Санкт – Петербургского гос. университета экономики и финансов, 1998. – 364 с.

**Дополнительная литература:**

1. Акимова, И.М. Промышленный маркетинг: монография / И.М. Акимова - 2-е изд., стер. - Киев: Знання, 2001. - 294 с.
2. Беклешов, Д. В. Реклама в промышленности / Д. В. Беклешов. – Москва : Экономика, 1999. – 482 с.
3. Данько, Т.П. Количественные методы анализа в маркетинге / Т.П. Данько. – Москва : Инфра-М, 2005. – 304 с.
4. Домнин, В. Н. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 381 с.
5. Национальная экономика Беларуси: Потенциалы, Хозяйственные комплексы. Направления развития. Механизмы управления : Учебное пособие / В.Н. Шимов, Я.М. Александрович, А.В. Богданович [и др.]; под общ. ред. В.Н. Шимова. – Минск : БГЭУ, 2005. – 844 с.
6. Олехнович, Г. И. Интеллектуальная собственность и проблемы ее коммерциализации в переходной экономике / Г. И. Олехнович. – Минск : ИСЗ, 2001. – 103 с.
7. Ранган, В. Промышленный маркетинг. Современное управление / В. Ранган, Б. Айзаксон. – Москва : Издатцентр, 1997.
8. Токарев, Б.Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации / Б.Е. Токарев. – Москва : Экономистъ, 2004. – 256 с.
9. Хардинг, Г. Маркетинг промышленных товаров / Г. Хардинг ; пер. с англ. – Москва : Сирин, 2002. – 272 с.
10. Черчилль, Г. Маркетинговые исследования / Г. Черчилль, Т. Браун. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 704 с.
11. Интернет-ресурсы:

[www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)

[www.marketingnews.ru](http://www.marketingnews.ru)

[www.marketing-guide.org](http://www.marketing-guide.org)

[www.marketing.by](http://www.marketing.by)

[http://marketprom.ru](http://marketprom.ru/)