# ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

**«РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТОВАРОВ»**

***Основная литература***

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – Минск : Выш. шк., 2002. – 447 с.
2. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учеб. пособие для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – Москва : Экономика, 2001. – 703 с.
3. Баркан, Д.И. Управление продажами : учебник / Д.И. Баркан; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – Санкт-Петербург : Изд. Дом С.-Петерб. гос. университета, 2007. – 908 с.
4. Бауэрсокс, Дональд Дж. Логистика : интегрированная цепь поставок. 2-е изд. / Дональд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс. – Москва : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 640 с.
5. Буров, А. С. Конъюнктура мировых рынков товаров и услуг / А. С. Буров. – Москва : Издательство «Экзамен», 2005. – 160 с.
6. Варли, Розмари. Основы управления розничной торговлей / Розмари Варли, Мохаммед Рафик. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2005. – 456 с.
7. Веллхофф, Алан. Мерчандайзинг: эффективные инструменты и управление товарными категориями / Алан Веллхофф, Жан-Эмиль Массон. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2004. – 280 с.
8. Винкельман, Петер. Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией / Петер Винкельманн. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2006. – 668 с.
9. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – 2008. – 368 с.
10. Гаджинский, А. М. Логистика : учебник для студ. высш. учеб. заведений / А. М. Гаджинский. – Москва : Издательский дом «Дашков и К», 2005. – 432 с.
11. Голиков, Е. А. Маркетинг и логистика : учеб. пособие / Е. А. Голиков. – 2-е изд. – Москва : Издательский дом "Дашков и К", 2000. – 412 с.
12. Гордон, М. П. Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. Б. Карнаухов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Центр экономики и маркетинга, 1999. – 208 с.
13. Горчелс, Линда Управление каналами дистрибуции / Линда Горчелс, Эд Мариен, Чак Уэст. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2005. – 248 с.
14. Дашков, Л. П. Организация, технология и пректирование торговых предприятий : учеб. для вузов / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. – 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИВЦ «Маркетинг», 2000. — 336 с.
15. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами: учебное пособие для вузов / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 622 с.
16. Дорощук, Н.Б. Дистрибуция на практике / Н.Б. Дорощук, В.В. Кулеша. – Москва : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 240 с.
17. Егоров, В. Ф. Организация торговли : учебник для студентов вузов, обучающихся по торговым спец. / В. Ф. Егоров. – Санкт-Петербург : Питер, 2006. – 352 с.
18. Зозулев, А. В. Промышленный маркетинг. Стратегический аспект : учеб. пособие / А. В. Зозулев. – Харьков : Студцентор, 2005. – 328 с.
19. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг : учеб. пособие / О. И. Карпеко. – Минск : БГЭУ, 2010. – 415 с.
20. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм) : учебник / О. А. Новиков [и др.] ; под ред. О. А. Новикова, В. В. Щербакова. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 1999. – 416 с.
21. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург : Питер Ком, 1999. – 896 с.
22. Кулибанова, В. В. Прикладной маркетинг / В. В. Кулибанова. – Санкт-Петербург : Издательский дом «Нева», 2003. – 272 с.
23. Кунявский, М. Е. Управление маркетингом промышленного предприятия / М. Е. Кунявский, И. М. Кублин, К. О. Распоров. – Москва : Международные отношения, 2004. – 376 с.
24. Линтон, И. Маркетинг по базам данных / И. Линтон. – Минск : Амалфея, 2004. – 272 с.
25. Логистика : учеб. пособие / под ред. Б. А. Аникина. – Москва : ИНФРА-М, 1998. – 327 с.
26. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учеб. пособие / под. ред. В. А. Алексунина. – Москва : Дашков и К, 2002. – 614 с.
27. 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.
28. Организация и технология торговли : учебник для студентов вузов системы потребительской кооперации по спец. «Коммерческая деятельность» / С. Н. Виноградова [и др.] ; под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – Минск : Выш. школа, 2002. – 460 с.
29. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник для высш. и сред. спец. учеб. заведений / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина. – 2-е изд. – Москва : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1996. – 328 с.
30. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность : учебник для вузов / Ф. П. Половцева. – Москва : ИНФРА-М, 2000. – 248 с.
31. Попов, Е. В. Продвижение товаров и услуг : учеб. пособие для экон. спец. вузов / Е. В. Попов. – Москва : Финансы и статистика, 1999. – 320 с.
32. Розина, Т. М. Распределение товаров : практикум / Т. М. Розина. – Минск : БГЭУ, 2005. – 97 с.
33. Ролницки, Кеннет. Управление каналами дистрибуции / Кеннет Ролницки. – Москва : Добрая книга, 2006. – 368 с.
34. Романов, А.Н. Маркетинг / А. Н. Романов [ и др. ]. – Москва : Банки и биржи. ЮНИТИ, 1996. – 560 с.
35. Ромина, А. Г. Оптовая торговля / А. Г. Ромина, В. В. Лагойко, В. М. Рыбаков ; под ред. А. Г. Роминой. – Минск : УП "ИВЦ Минфина", 2002. – 220 с.
36. Спиро, Розан Л. Управление продажами / Розан Л Спиро, Уильям Дж. Стэнтон, Грегори А Рич. – Москва : Издательский дом Гребенникова, 2007. – 704 с.
37. Третьяк, О. А. Маркетинг: новые ориентиры модели управления / О. А. Третьяк. – Москва : ИНФРА – М, 2005. – 403 с.
38. Хершген, Х. Маркетинг: основы профессионального успеха : учебник для вузов / Х. Хершген. – Москва : ИНФРА – М, 2000. – 334 с.
39. Холленсен, С. Глобальный маркетинг / С. Холленсен. – Минск : Новое знание, 2004. – 832 с.
40. Штерн, Л. В. Маркетинговые каналы : пер. с англ./ Л. В. Штерн, А. И. Эль-Ансари, Э. Т. Кофлан. – 5-е изд. – Москва : Издательский дом «Вильяме», 2002. - 624 с.
41. Ярцев, А. И. Распределение товаров : учеб. пособие для студентов спец. "Маркетинг" вузов / А. И. Ярцев. – Минск : БГЭУ, 2002. – 195 с.

***Дополнительная литература***

1. Адамс, С. Профессиональные продажи и коммерческие переговоры / С. Адамс ; пер. с англ. А. Н. Бань. – Минск : Амалфея, 1998. – 224 с.
2. Данько, Т. П. Количественные методы анализа в маркетинге / Т. П. Данько. – Москва : Инфра-М, 2005. – 304 с.
3. Домнин, В. Н. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 381 с.
4. Критсотакис, Я. Г. Торговые ярмарки и выставки / Я. Г. Критсотакис. – Москва : Экономика, 2001. – 224 с.
5. Национальная экономика Беларуси : потенциалы, хозяйственные комплексы. направления развития. механизмы управления : учебное пособие / В. Н. Шимов [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. Токарев, Б. Е. Методы сбора и использования маркетинговой информации / Б. Е. Токарев. – Москва : Экономистъ, 2004. – 256 с.
8. Управление розничным маркетингом = Retail Marketing Management : пер. с англ. / под ред. Д. Гилберта. – Москва : Инфра-М, 2005. – 571 с.
9. Фатрелл, Ч. Основы торговли : пер. с англ. / Ч. Фатрелл. – 4-е изд. – Тольятти : Довгань, 1995. – 720 с.
10. Фридман, Лоуренс Дж. Новые каналы сбыта – главное преимущество компаний : пер. с англ. / Лоуренс Дж. Фридман, Тимоти Р. Фьюри. – Москва : Эксмо, 2009. – 346 с.
11. Хардинг, Г. Маркетинг промышленных товаров / Г. Хардинг ; пер. с англ. – Москва : Сирин, 2002. – 272 с.
12. Черчилль, Г. Маркетинговые исследования / Г. Черчилль, Т. Браун. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 704 с.
13. Шумаев, В. А. Логистика товародвижения / В. А. Шумаев. – Москва : Издательский дом "Новый век", 2001. – 194 с.