# СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Азарян Е.М. Маркетинг: принципы и функции / Азарян Е.М., К.: НВФ “Студцентр”, 2000.
2. Акимова И.М. Промышленный маркетинг / Акимова И.М., К.: “Знання”, 2000.
3. Багиев Г.Л. Маркетинг. Ученик / Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х., М.: “Экономика”, 1999.
4. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. Підручник / Войчак А.В., К.: “КНЕУ”, 1998.
5. Войчак А.В. Маркетинговий менеджмент. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Войчак А.В., К.: “КНЕУ”, 2000.
6. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / Гаркавенко С.С., К.: “Лібра”, 2002.
7. Герасимчук В.Г. Маркетинг. Теорія і практика / Герасимчук В.Г., К.: “Вища школа”, 1994.
8. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Голубков Е.П., М.: “Финпресс”, 1998.
9. Г. Дж. Болт. Практическое руководство по управлению сбытом (перевод с английского) / Г. Дж. Болт., М.: “Экономика”, 1991.
10. Данько Т.П. Управление маркетингом. Учебное пособие / Данько Т.П., М.: “ИНФРА-М”, 1997.
11. Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка. Цели, анализ, стратеги / Дибб С., Симкин Л., СПб. - Х. - Минск: “Питер”, 2001.
12. Дихтль Е. Практический маркетинг / Дихтль Е., Хершген Х., М.: “Высшая школа”, 1995.
13. Евдокимов Ф.И. Азбука маркетинга. Учебное пособие / Евдокимов Ф.И., Гавва В.М., Д.: “Сталкер”, 1998.
14. Жан-Жак Ламбен. Стратегический маркетинг. (Перевод с француского) / Жан-Жак Ламбен, СПб.: “Наука”, 1996.
15. Ибрагимов Л.А. Инфраструктура товарного рынка / Ибрагимов Л.А., М.: “ПРИОР”, 2001.
16. Ивин Л.Н. Маркетинг от “А” до “Я” / Ивин Л.Н., Долинская Р.Г., Зверева К.Ю., К.: “ИСИО”, 1993.
17. Как заключать международные торговые контракты. – К.: “Международ- ный компьютерный клуб Украины”, 1992.
18. Как продать Ваш товар на внешнем рынке. Под ред. д.э.н. Савинова Ю.А.
19. / Савинов Ю.А., М.: “Мысль”, 1990.
20. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика. Навчальний посібник / Кардаш В.Я., К.: КНЕУ, 1999.
21. Костоглодов Д.Д. Маркетинг предприятия” / Костоглодов Д.Д., Саввиди И.И., М.: “Контур”, 1998.
22. Котлер Ф. Основы маркетинга / Котлер Ф., Армстронг Г., Сондер Д., Вонг В., М. - СПб. - К.: “Вильямс”, 1999.
23. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии. Как создать, завоевать и удержать рынок / Котлер Ф., М: “АСТ”, 2000.
24. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс / Котлер Ф., СПб. – М. – Х. - Минск: “Питер”, 2001.
25. Невелев А.М. Материально-техническое снабжение и сбыт на промышленном предприятии / Невелев А.М., Касьян И.И., К.: “Техника”, 1998.
26. Ноздрёва Р.Б. Маркетинг: как побеждать на рынке / Ноздрёва Р.Б., Цыгичко Л.И., М.: “Финансы и статистика”, 1991.
27. Павленко А.Ф. “Маркетинг”. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / Павленко А.Ф., Войчак А.В., К.: “КНЕУ”, 2001.
28. Павленко А.Ф. “Маркетинг”. Магістерські програми. Програма “Маркетинговий менеджмент”. Частина ІІ / Павленко А.Ф. та інші, К.: “КНЕУ”, 2000.
29. Попов Е.П. Продвижение товаров и услуг / Попов Е.П., М.: “Финансы и статистика”, 1999.
30. Примак Т.О. Маркетинг. Навчальний посібник / Примак Т.О., К.: “МАУП”, 2001.
31. Промисловий маркетинг. Теорії і господарські ситуації. Підручник. Під ред. Старостіної А.О. / Старостіна А.О., К.: “Іван Федоров”, 1997.
32. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы / Пешкова Е.П., М.: “Ось - 89”, 1996.
33. Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность / Панкратов Ф.Г. и др., М.: “ИВЦ “Маркетинг”, 1999.
34. Ромат Е.В. Реклама в системе маркетинга / Ромат Е.В., Харьков: НВФ “Студцентр”, 1995.
35. Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг / Святненко В.Ю., К.: “МАУП”, 2001.
36. Старостіна А.О. Основи маркетингу. Теорія та господарські ситуації. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Зозульов О.В., К.: “Торгмарка”, 1998.
37. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг. Настольная книга по исследованию рынка / Хруцкий В.Е., Корнеева И.В., М.: “Финансы и статистика”, 2000.
38. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Фатхутдинов Р.А., М.: “ИНФРА-М”, 2000.
39. Эванс Дж. Р. Маркетинг. Перевод с английского / Эванс Дж. Р., Берман Б., М.: “Сирин”, 2001.
40. Черчиль Г.А. Маркетинговые исследования / Черчиль Г.А., СПб. – М. – Х. Минск: “Питер”, 2000.
41. Освітньо-професійна програма підготовки бакалавра, спеціаліста і магістра напряму 0501 – “Економіка і підприємництво”. – Київ, 2002.

*Інформаційні ресурси:*

1. Примак Т.О. Маркетингові комунікації: Навчальний посібник. – К.: Ельга, Ніка - Центр, 2003. – 280 с. – URL: <http://knutd.com.ua/publications/pdf/Visnyk/2013-5/379_388.pdf><http://www.info-library.com.ua/bookstext-5541.html>
2. Kolomiiets, U. (2018). Ukrainian price control policy. Marketing and Management of Innovations, 2, 292-312. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.2-23> – URL:<http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2018/2/292-312>
3. Gavurova, B., Kocisova, K., Kotaskova, A. (2017) The Structure – Conduct – Performance Paradigm in the European Union Banking, Economics and Sociology, 10(4), 99-112. doi:10.14254/2071-789X.2017/10-4/8 – URL: https://www.economics- sociology.eu/files/12\_08\_469\_Gavurova\_Kocisova\_Kotaskova.pdf