**БУ РК «Национальная библиотека им. А. М. Амур-Санана»**

**Отдел технической и экономической литературы**

**Маркетинг – путь к успеху**

**Библиографический список литературы**

**Элиста, 2015**

***Составитель:***

**Сарангова А. В.** – заведующая отдела технической и экономической литературы

***Редактор:***

**Аргунова О. Е.**

***Ответственный за выпуск:***

**Уластаева Н. Б.** – директор БУ РК «Национальная библиотека

им. А. М. Амур-Санана»

**Маркетинг – путь к успеху: библиографический список литературы / сост. А. В. Сарангова; ред. О. Е. Аргунова; отв. за вып. Н. Б. Уластаева. – Элиста, 2014. – 8 с.**

# От составителя

Маркетинг – это исследование. Как правило, оно направлено на изучение рынка товаропроизводителей и потребителей с целью создания благоприятных условий продвижения предложения на потребительский рынок.

В настоящее время роль маркетинга на предприятии приобретает все большую значимость, с этой необходимостью Питер Друкер, один из теоретиков в области управления опубликовал программную статью «Новые парадигмы менеджмента», в которой автор выделяет основные две функции менеджмента – маркетинг и инновации, формирующие стратегию предприятия и являющиеся сферой для управления. По мере установления рыночных методов в России овладение современным менеджментом и маркетингом приобретает все большую актуальность.

Руководители и специалисты хозяйствующих субъектов начинают все более остро ощущать необходимость решения таких задач, как повышение конкурентоспособности и качества продукции, оформление продукта и формирование необходимого ассортимента, проведение маркетинговых исследований, ценовая политика и политика продвижения товаров.

Таким образом, перед руководителями стоят проблемы по координированию действий специалистов во всех сферах предпринимательской деятельности, чтобы обеспечить условия выживания и развития предприятия в нынешних условиях неопределенности и риска. А это можно сделать только при условии систематического повышения знаний в области маркетинга и менеджмента в целом. Студентам экономических специальностей, как потенциальным управленцам, предлагается материал, позволяющий контролировать степень освоения дисциплины.

Библиографический список литературы, подготовленный отделом технической и экономической литературы включает книги и статьи из периодических изданий из фонда Национальной библиотеки им. А. М. Амур-Санана.

# Библиография

## Книги

**Алексунин, В. А.** Маркетинг [Текст]: учебник / В. А. Алексунин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2008. – 200 с.

**Анурин, В.** Маркетинговые исследования потребительского рынка [Текст]: учебное пособие / В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евтушенко. – СПб., 2006. – 270 с.: ил.

**Архипов, В. Е.** Маркетинг. Техника создания спроса [Текст] / В. Архипов. – М.: Вершина, 2005. – 304 с.: ил.

**Багиев, Г. Л.** Маркетинг [Текст]: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 736 с.: ил.

**Багиев, Г. Л.** Маркетинг [Текст]: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, Х. Анн, В. М. Тарасевич; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2005. – 736 с.: ил.

**Багиев, Г. Л.** Международный маркетинг [Текст]: учебник / Г. Л. Багиев, Н. К. Моисеева, В. И. Черенков. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 688 с.: ил.

**Березин, И. С.** Маркетинговые исследования. Как это делают в России [Текст] / Игорь Березин. – М.: Вершина, 2005. – 432 с.: ил.

**Буров, А. С.** Международный маркетинг [Текст]: учебное пособие / А. С. Буров. – М.: Дашков и К, 2005. – 284 с.

**Гайдаенко, Т. А.** Маркетинговое управление. Полный курс MBA. Принципы управленческих решений и российская практика [Текст] / Т. А. Гайдаенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2006. – 496 с.

**Голиков, Е. А.** Взаимодействие маркетинга и логистики [Текст]: учебное пособие / Е. А. Голиков. – М.: Флинта: МПСИ, 2007. – 568 с.

**Дубровин, И. А.** Маркетинговые коммуникации [Текст]: учебник / И. А. Дуброин. – М.: Дашков и К, 2009. – 580 с.

**Котлер, Ф.** Маркетинг. Менеджмент [Текст]: экспресс-курс: [пер. с англ.] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер; под науч. ред. С. Г. Жильцова. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 480 с.: ил.

**Маркетинг** [Текст]: учебник / под ред. проф. Т. Т. Цатхлановой. – Элиста: Изд-во Калм. ун-та, 2013. – 199 с.

**Манн, И.** Маркетинг на 100 % [Текст] / И. Манн. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 320 с.: ил.

**Маркетинг**: общий курс [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 521600 – «Экономика» / под ред. Н. Я Калюжновой, А. Я. Якобсона. – 2-е изд., испр. – М.: Омега-Л, 2007. – 476 с.: ил., табл.

**Маркетинг** коммерции. Практикум [Текст]: учебное пособие / под ред. проф. И. М. Синяевой. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. – 184 с.

**Маркова, В. Д.** Маркетинг. Менеджмент [Текст]: учебное пособие / В. Д. Маркова. – М.: Омега-Л, 2007. – 204 с.

**Маслова, Т. Д.** Маркетинг [Текст]: учебник для вузов / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – 3-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2009. – 384 с.: ил.

**Михалева, Е. П.** Маркетинг [Текст]: пособие для сдачи экзамена / Е. П. Михалева. – М.: Юрайт-Издат, 2004. – 222 с.

**Моисеева, Н. К.** Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии [Текст]: учеб. пособие / Н. К. Моисеева, М. В. Конышева; под ред. Н. К. Моисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 416 с.

**Николайчук, В. Е.** Промышленный маркетинг [Текст] / В. Е. Николайчук, М. И. Белявцев. – Донецк: ООО ПКФ «БАО», 2004. – 384 с.

**Спэлстра, Й.** Агрессивный маркетинг. Как увеличить свой доход, расправившись с затратами [Текст]: [пер. с англ.] / под ред. А. Буланова. – СПб.: Питер, 2005. – 256 с.: ил.

**Хейс, Дж.** Управление маркетингом: опыт и проблемы. Выпуск 1. Коммуникации бренда [Текст]: [пер. с англ.] / Дж. Хейс, Р. Риверс, Т. М. Гленн [и др.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 205 с.

**Хилл, С.** Радикальный маркетинг: от Гарварда до Харлея – уроки десяти компаний, которые нарушали правила и создавали сенсации [Текст] / С. Хилл, Г. Рифкин. – М.: Альпина Бизнес Бук, 2004. – 416 с.

**Цатхланова, Т. Т.** Маркетинг [Текст]: учебное пособие / Т. Т. Цатхланова, Л. И. Карданова, Э. Л. Пашнанов [и др.]. – Элиста: АПП «Джангар», 2004. – 352 с.

**Цахаев, Р. К.** Основы маркетинга [Текст]: учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 2-е изд., стереотип. – М.: Экзамен, 2007. – 448 с.

**Черняховская, Т. Н.** Маркетинговая деятельность предприятия [Текст]: теория и практика / Т. Н. Черняховская. – М.: Высшее образование, 2008. – 743 с.

**Черчиль, Г.** Маркетинговые исследования [Текст]: [пер. с англ.] / Г. Черчиль, Т. Браун; под. ред. Г. Л. Багиева. – СПб.: Питер, 2007. – 704 с.: ил.

## Периодические издания

**Бесходарный, А. А.** Управление эффективностью маркетинга и продаж с помощью системы ключевых показателей / А. А. Бесходарный // Экономические науки. – 2011. – № 5. – С. 231–234.

**Воронин, В. П.** Маркетинговый анализ форс-мажорных обстоятельств организации / В. П. Воронин, И. М. Подмолодина, Е. С. Аксенова // Экономические науки. – 2014. – № 6. – С. 85–88.

**Горохов, А. Ю.** Инновационно-маркетинговые стратегии развития промышленности / А. Ю. Горохов // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 4. – С. 200–204.

**Горохов, А. Ю.** Маркетинговые программы стратегического управления как регулятор связи между потреблением и производством / А. Ю. Горохов // Экономические науки. – 2011. – № 5. – С. 160–165.

**Горохов, А. Ю.** Новые программы маркетингового управления как регулятор прямой и обратной связи между производством и потреблением / А. Ю. Горохов // Экономические науки. – 2011. – № 1. – С. 141–146.

**Горохов, А. Ю.** Практическая оценка маркетинговой стратегии компании / А. Ю. Горохов // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 1. – С. 121–126.

**Гринченко, К. В.** Смена парадигмы маркетинга: [возникновение ИМК] / К. В. Гринченко // Экономические науки. – 2013. – № 4. – С. 90–94.

**Емельяненко, И. С.** Алгоритмизация построения модели маркетинга торговой организации в современных условиях: [конфигурация маркетинговых каналов] / И. С. Емельяненко // Вопросы экономики и права. – 2014. – № 6. – С. 91–94.

**Захарченко, Д. В.** Влияние информационно-сетевой экономики на изменение маркетинговых стратегий компаний / Д. В. Захарченко // Вопросы экономики и права. – 2012. – № 6. – С. 46–51.

**Захарченко, Д. В.** Маркетинговое управление в системе поддержки развития промышленных компаний / Д. В. Захарченко // Экономические науки. – 2014. – № 2. – С. 70–74.

**Зубцова, М. В.** Маркетологистика – инструмент повышения конкурентоспособности и снижения затрат / М. В. Зубцова. – 2011. – № 4. – С. 154–157.

**Исаева, Е. В.** Программы взаимоотношений с потребителями как основа разработки маркетинговой стратегии / Е. В. Исаева, Ю. П. Дусь // Экономические науки. – 2013. – № 9. – С. 39–42.

**Калиева, О. М.** Маркетинг территории как фактор социально-экономического развития / О. М. Калиева // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2014. – № 12. – С. 104–107.

**Карташов, К. А.** Маркетинговый подход к развитию конкурентоспособности предприятия / К. А. Карташов // Вопросы экономики и права. – 2013. - № 9. – С. 81 – 84.

**Карташов, К. А.** Развитие маркетинга на предприятии как способ повышения конкурентоспособности продукции / К. А. Карташов // Экономические науки. – 2013. – № 8. – С. 80–82.

**Кифоренко, И. К.** Аддитивный маркетинговый потенциал как инструмент определения приоритетности инвестирования в модернизацию производства (на примере нефтеперерабатывающей отрасли) / И. К. Кифоренко, А. А. Прохоренко // Вестник Самарского государственного университета. – 2013. – № 5. – С. 50–54.

**Ковалев, А. И.** Управленческий и маркетинговый подходы к оценке эффективности деятельности фирмы / А. И. Ковалев // Экономические науки. – 2012. – № 9. – С. 117–119.

**Колесник, Е. Н.** Маркетинговый потенциал: [классификация подходов к его изучению и оценке] / Е. Н. Колесник // Вопросы экономики и права. – 2011. – № 12. – С. 140–145.

**Кононенко, Е. С.** Инструментарий маркетинг-менеджмента в контексте стимулирования ресурсосберегающей деятельности / Е. С. Кононенко // Экономические науки. – 2012. – № 11. – С. 111–115.

**Котляревская, И. В.** Роль маркетинга в формировании финансовых и экономических результатов деятельности хозяйствующих субъектов / И. В. Котляревская, Т. А. Беркутова // Вестник Самарского государственного университета. – 2011. – № 1. – С. 43–45.

**Кошель, Н. В.** Использование маркетинга для решения задач регулирования рынка банковских услуг в посткризисный период / Н. В. Кошель // Вопросы экономики и права. – 2012. – № 10. – С. 57–64.

**Матусевич, М. С.** Особенности маркетинга франчайзинговых сетей предприятий питания / М. С. Матусевич // Экономические науки. – 2011. – № 3. – С. 230–233.

**Мнякин, М. Г.** Использование принципов маркетинга в управлении туристической организацией / М. Г. Мнякин // Экономические науки. – 2013. – № 3. – С. 84–87.

**Плотников, А. П.** Развитие концепции инновационного маркетинга / А. П. Плотников // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 3. – С. 90–93.

**Полонский, Д. Э.** Стратегическое маркетинговое управление лояльностью потребителей / Д. Э. Полонский // Экономические науки. – 2011. – № 5. – С. 126–129.

**Сариев, С. С.** Социальные сети как инструмент маркетинговых коммуникаций в коммерческой деятельности / С. С. Сариев, Д. В. Чернова // Вестник Самарского государственного университета. – 2014. – № 11. – С. 99–103.

**Топилина, И. И.** Современные маркетинговые тенденции развития ВУЗов в условиях конкурентной среды / И. И. Топилина // Вестник Самарского экономического университета. – 2011. – № 2. – С. 93–95.

**Усманов, Р. Р.** Маркетинговая диагностика и пути развития дистрибуции на автомобильном рынке России в условиях современной рыночной конъюнктуры / Р. Р. Усманов // Экономические науки. – 2011. – № 6. – С. 64–68.

**Шагайда, П. А.** Событийный маркетинг и его место в общей коммуникационной деятельности компании / П. А. Шагайда // Экономические науки. – 2011. – № 11. – С. 109–112.

Оглавление

[От составителя 3](#_Toc423097833)

[Библиография 4](#_Toc423097834)

[Книги 4](#_Toc423097835)

[Периодические издания 5](#_Toc423097836)