Список литературы маркетинг

1. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования/Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2017. 264 с.
2. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация/Н. Н. Андреева//Маркетинговые коммуникации. -2018. -№ 4. -С. 236 -247.
3. Баранчеев В. П. Управление инновациями: учебник / В. П. Баранчеев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011.
4. Баркалов, С. А. Формирование оптимального плана закупок. В 2 т. Т. 2/С. А. Баркалов, П. Н. Курочка, И. М. Смирнов, А. В. Щепкин//Современные сложные системы управления: материалы междунар. науч.-практ. конф./Воронеж. гос. арх.-строит. ун-т. -Воронеж, 2017. -С. 435-437.
5. Березина Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии. СМАЛЬТА. 2014. № 6. С. 18-20.
6. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/Т. А.Беркутова. -Ростов н/Д: Феникс, 2015. -254 с.
7. Галлямова Л. М. Функционально-стоимостный анализ сбытовой деятельности предприятия [Текст] / Л. М. Галлямова // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 563-567.
8. Гусарова О.М. Моделирование результатов бизнеса в менеджменте организации//Перспективы развития науки и образования. -Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2014. -С. 42-43.
9. Гусарова О.М. Методы и модели прогнозирования деятельности корпоративных систем//Теоретические и прикладные вопросы образования и науки. -Тамбов: Юком, 2014. -С. 42-43.
10. Дубровин И.А. Поведение потребителей: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. 312 с.
11. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. С. 122
12. Жариков А.В., Горячев Р.А. Прогнозирование спроса и объема продаж: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. – 39 с.
13. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие/П. С. Завьялов. -М.:ИНФРА-М, 2017. -496 с.
14. Задоя А.А. Совокупный спрос как фактор и результат экономического роста / Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия: экономическая. 2014. № 1.
15. Зильберштейн О.Б. Особенности российского бизнеса в новых экономических условиях. сборник статей / Московская междунар. высш. шк. бизнеса «МИРБИС» (Институт) ; [под ред. О. Б. Зильберштейна]. Москва, 2016.
16. Зиннуров У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии: учеб. пособие. М.: Изд-во МАИ, 2018. С. 34.
17. Игрунова О.М. Исследование подходов к определению понятия «Спрос» / Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2015. № 1.
18. Каплун В.В. Воздействие государства на совокупный спрос в условиях экономических санкций / Российское предпринимательство. 2014. № 23 (269).
19. Литвинова О. В. статья «Идентификация и оценка факторов, влияющих на развитие розничного рынка» //Управление экономическими системами. 2011. — № 2;
20. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию/Пер. с англ. М. Павлова. Москва: Олимп-Бизнес, 2016. 416 с.
21. Каращук О. С., Доан М. Л. Актуальные проблемы розничной торговли России и пути их решения //Сборник научных статей международной научно-практической конференции «Экономика и инновации». РЭУ им Г. В. Плеханова. Ноябрь 2014г.
22. Кобзева Т. Я., Сучков В. А. Российский менеджмент в борьбе с импортозависимостью на современном этапе //Сборник докладов межвузовской студенческой научно-практической конференции. РЭУ им Г. В. Плеханова. Апрель 2015г.
23. Кобзева Т. Я. Современный взгляд на проблемы спроса и предложения российского рынка / Т. Я. Кобзева, М. Д. Ястин // Молодой ученый. — 2015. — №21. — С. 397-402.
24. Кулинич, И. Ф. Семь факторов успеха акций по стимулированию сбыта/И. Ф. Кулинич//Индустриальный и B-2-B маркетинг. -2015. -№ 2. -С. 114 -119.
25. Либерман, И. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. -М.: РИОР, 2014. -220 с.
26. Маршалл А. Основы экономической науки / А. Маршалл; [предисл. Дж.М. Кейнса; пер. с англ. В.И. Бомкина, В.Т. Рысина, Р.И. Столпера.] – М.: Эксмо, 2017. – 832 с.
27. Новиков О. А. Коммерческая деятельность производственных предприятий: учебник. СПб., 2016.
28. Пономарева А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности. -М.: Финансы и статистика, 2014. -192 с.
29. Райкова, Е.Ю. Теория товароведения : Учеб. Пособие/Е.Ю. Райкова, Ю.В. Додонкин. -М.: Издательский центр «Академия»; Мастерство, 2018. -240с.
30. Синицына А. С. Основные вопросы применения логистики [Текст] / А. С. Синицына, Н. М. Лихачева // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2016 г.).Т. II. — М.: РИОР, 2016. — С. 237-240.
31. Сысолятин А.В. Оценка эффективности сбытовой деятельности предприятия // Проблемы современной науки и образования. 2015. № 4 (34). С. 85-87.
32. Хруцкий В.Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: учеб. пособие. -3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2018. 560 с.