

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ СПРАВКА ПО ТЕМЕ : «СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

1. Адаменко, Е. Интеллектуальноемкие инновационные продукты в маркетинге / Е. Адаменко // Маркетинг. – 2013. – № 6. – С. 61-69.
2. Адаменко, Е. Маркетинг в открытых инновационных процессах / Е. Адаменко // Маркетинг. – 2014. – № 1. – С. 60-83.
3. Адаменко, Е. Совершенствование маркетинговых информационных систем / Е. Адаменко // Маркетинг. – 2014. – № 3. – С. 18-26.
4. Азоров, Г. Персонализированный маркетинг / Г. Азоров, В. Старостин // Маркетинг. – 2012. – № 5. – С. 38-61.
5. Акулич, И. Л. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / И. Л. Акулич . – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 544 с
6. Алешина, И. Маркетинг наноинноваций: проблемы и возможности / И. Алешина, Э. Алешин // Маркетинг. – 2010. – № 6. – С. 41-47.
7. Бажанова, М. А. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности [Электронный ресурс] / М. А. Бажанова, Н. В. Федорова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2012. – Вып. № 8, т. 2. – . – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/metody-otsenki-effektivnosti-marketingovoy-deyatelnosti#ixzz4AUxEvR2n>. – свободный. – Загл. с экрана.
8. Гераськина, И. Н. Синергетический подход в маркетинге – необходимое условие устойчивого инновационного развития хозяйствующего субъекта / И. Н. Гераськина // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 2. – С. 35-41.
9. Григорук, П. М. Особенности разработки и реализации маркетинговых решений в системе управления предприятием / П. М. Григорук // Экономика и управление. – 2012. – № 12. – С. 81-85.
10. Грошева, И. Роль маркетинга в управлении инновационной деятельностью малых и средних промышленных предприятий / И. Грошева // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 6. – С. 95-104.
11. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л. А. Дробышева. – 3-е изд. – М. : Дашков и К, 2014. – 150 с.

12. Жариков, Г. А. Маркетинг и его особенности в России [Электронный ресурс] : монография / Г. А. Жариков, С. К. Становкин. – М. : Прометей, 2014. – 140 с.
13. Зобов, А. Стратегические альянсы в маркетинговых стратегиях российских компаний / А. Зобов // Маркетинг. – 2012. – № 1. – С. 48-53.
14. Карданов, Э. М. Маркетинговая деятельность предприятий [Электронный ресурс] / Э. М. Карданов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2015. – Вып. № 9-1. – . – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/marketingovaya-deyatelnost-predpriyatiy#ixzz4AUwSF65z>, свободный. – Загл. с экрана.
15. Карпова, С. Маркетинговые инструменты ТНК / С. Карпова // Маркетинг. – 2011. – № 1. – С. 11-19.
16. Ким, С. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / С. А. Ким. – М. : Дашков и К, 2013. – 258 с.
17. Кметь, Е. Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебник / Е. Б. Кметь, А. Г. Ким. – Саратов : Вузовское образование, 2016. – 284 с.
18. Колесник, Е. Н. Оценка маркетингового потенциала предприятия / Е. Н. Колесник // Финансы и кредит. – 2013. – № 34. – С. 63-70.
19. Комлев, Е. Б. Актуальные проблемы маркетинга [Электронный ресурс] : курс лекций / Е. Б. Комлев. – М. : Московский гуманитар. ун-т, 2014. – 550 с.
20. Кубина, Н. Е. Инновации в маркетинге [Электронный ресурс] / Н. Е. Кубина. – Калининград : Балтийский федер. ун-т им. И. Канта, 2011. – 188 с.
21. Курс МВА по маркетингу [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Д. Чарльз [и др.]. – М. : Альпина Паблшер, 2015. – 720 с.
22. Лобода, Л. Формирование конкурентоспособных сервисно-ориентированных брендов / Л. Лобода // Маркетинг. – 2015. – № 3. – С. 64-74.
23. Лябишев, К. А. Разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности [Электронный ресурс] / К. А. Лябишев // Концепт. – 2015. – Вып. № 6. – . – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-predlozheniy-po-sovershenstvovaniyu-marketingovoy-deyatelnosti#ixzz4AUxwrWEi>, свободный. – Загл. с экрана.

24. Маркетинг в современном мире [Электронный ресурс] // [www.Grandars.ru](http://www.Grandars.ru). Маркетинг. Основы маркетинга : сайт. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/marketing.html>, свободный. – Загл. с экрана.
25. Молчанов, Н. Н. Современный маркетинг: достижения, проблемы, перспективы / Н. Н. Молчанов // Экономика и управление. – 2014. – № 1. – С. 36-44.
26. Мпинда, М. Клиент-центрированный маркетинг: HR-сопровождение / М. Мпинда, А. Ребасс // Справочник по управлению персоналом. – 2015. – № 1. – С. 61-69.
27. Музаев, С. Внутрифирменный маркетинг: концепции и технологии / С. Музаев // Маркетинг. – 2015. – № 2. – С. 80-92.
28. Музаев, С. Внутрифирменный маркетинг: концепции и технологии (окончание) / С. Музаев // Маркетинг. – 2015. – № 3. – С. 39-50.
29. Попова, О. В. Возможности и ограничения маркетинговой деятельности малых предприятий [Электронный ресурс] / О. В. Попова // Вестн. Омского ун-та. Сер. «Экономика». – 2014. – Вып. № 3. – . – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-ogranicheniya-marketingovoy-deyatelnosti-malyh-predpriyatiy#ixzz4AV12VaRS>, свободный. – Загл. с экрана.
30. Руденко, М. Маркетинговый потенциал компании / М. Руденко, Д. Письменников // Маркетинг. – 2012. – № 3. – С. 28-42.
31. Силина, С. Генезис концепций маркетинга / С. Силина, Т. Чепайкина, Н. Кокорева // Маркетинг. – 2014. – № 2. – С. 104-122.
32. Снеговской, А. Н. Теоретические аспекты формирования и совершенствования управления маркетинговой деятельностью на предприятии [Электронный ресурс] / А. Н. Снеговской // Территория науки. – 2013. – Вып. № 3. – . – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-formirovaniya-i-sovershenstvovaniya-upravleniya-marketingovoy-deyatelnostyu-na-predpriyatii#ixzz4AUyd40vS>, свободный. – Загл. с экрана.
33. Современные аспекты маркетинга [Электронный ресурс] / В. А. Дуболазов [и др.]. – СПб. : Санкт-Петербургский политехн. ун-т Петра Великого, 2014. – 439 с.

34. Хачатурова-Тавризян, Е. А. Маркетинг в организации: для чего он нужен менеджменту? / Е. А. Хачатурова-Тавризян // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – № 2. – С. 124-127.

35. Холкина, Я. С. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Я. С. Холкина, Н. В. Федорова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2013. – Вып. № 9. – . – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-marketingovoy-deyatelnosti-predpriyatiya#ixzz4AV0XQYY5>, свободный. – Загл. с экрана.

36. Цахаев, Р. К. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – М. : Дашков и К, 2013. – 552 с.

37. Челенков, А. Маркетинг в экономике открытых инноваций / А. Челенков, Т. Сониная // Маркетинг. – 2011. – № 5. – С. 3-24.

38. Чепурко, Г. В. Основы формирования маркетинговой деятельности на предприятии [Электронный ресурс] / Г. В. Чепурко, Л. А. Суворова // КАНТ. – 2013. – Вып. № 1. – . – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osnovy-formirovaniya-marketingovoy-deyatelnosti-na-predpriyatii#ixzz4AUz8SHhJ>, свободный. – Загл. с экрана.

39. Шадрин, В. Г. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Г. Шадрин, О. В. Коновалова. – Кемерово : Кемеровский технолог. ин-т пищевой пром-сти, 2011. – 108 с.

40. Шевченко, Д. И. Маркетинг – философия современного бизнеса (часть 1) / Д. И. Шевченко // Личность. Культура. Общество. – 2011. – Вып. 1. – С. 131-140.

41. Шевченко, Д. И. Маркетинг – философия современного бизнеса (часть 2) / Д. И. Шевченко // Личность. Культура. Общество. – 2011. – Вып. 2. – С. 139-151.