

Обеспеченность учебной литературой по дисциплине «Теория маркетинга»

Основная литература

1. Акулич, И.А. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям/ И.Л. Акулич.– Минск: Вышэйшая школа, 2017.– 20 экз.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг/ И.Л. Акулич, В.В. Тарелко,– Минск: Современник, 2022. – 15 экз.
3. Голубков, Е.П. Теория и методология маркетинга: настоящее и будущее / Е.П. Голубков.- М.: Дело и сервис, 2021.– 2 экз.
4. Дурович, А.П. Теория маркетинга: учебное пособие/ А.П. Дурович. – Минск: РИВШ, 2023. – 5 экз.

Дополнительная литература

1. Багиев, Г.Л. и др. Маркетинг: Учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х.Анн.- М.: Гардарики, 2002.
2. Бейкер, М.Дж. Теория маркетинга: монография/ ред. М. Бейкер.- СПб.: Питер, 2002. –462с.: ил.
3. Енин, Ю.И. Основы интернет-маркетинга. Учебно-методический комплекс / Ю.И. Енин, В.С. Голик, А.П. Ковалёв. – Минск: МИУ, 2013.
4. Романов, А.А. Маркетинг: учебное пособие для вузов / А.А. Романов, В.П. Басенко, Б.М. Жуков. – М.: Дашков и К, 2014.
5. Питер Чевертон. Теория и практика современного маркетинга / Питер Чевертон.– Пер. с англ. В.Н. Егорова.– М.:ФАИР-ПРЕСС,2002.