

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник / И. Л. Акулич. – Минск : Выш. шк., 2000. – 447 с.
2. Богалдин-Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплексы : учеб. пособие / В. В. Богалдин-Малых ; Рос. Акад. образования, Моск. психол.-социал. ин-т. – М. : Моск. психол.-социал. ин-т. – Воронеж : МОДЭК, 2004. – 560 с.
3. Демьяненко, С. Р. Основы бизнес-планирования туристской фирмы: учеб.-метод. пособие / С. Р. Демьяненко. – М. : Советский спорт, 2002. – 304 с.
4. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович, А. С. Копанев ; под общ. ред. З. М. Горбылевой. – Минск : Экономпресс, 1998. – 400 с.
5. Жулевич, Е. В. Организация туризма : учеб.-практ. пособие / Е. В. Жулевич, А. С. Копанев. – Минск : БГЭУ, 1999. – 153 с.
6. Квартальнов, В. А. Теория и практика туризма : учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : учеб. для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 1063 с.
8. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : экспресс-курс : пер. с англ. / Ф. Котлер ; под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2001. – 496 с.
9. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. для студентов высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – М. : Академия, 2003. – 336 с.
10. Ополченков, И. И. Маркетинг в туризме: обеспечение рыночной позиции / И. И. Ополченков ; Рос. Междунар. акад. туризма. – М. : Советский спорт, 2003. – 192 с.
11. Планирование на предприятии туризма : учебник / Е. И. Богданов [и др.] ; под ред. Е. И. Богданова. – СПб. : Бизнес-пресса, 2004. – 320 с.: табл.
12. Пузакова, Е. П. Международный туристический бизнес : учеб.-практ. пособие / Е. П. Пузакова. – М. : Приор, 2001. – 240 с.
13. Пузакова, Е. П. Международный туристический бизнес / Е. П. Пузакова, В. А. Честникова. – М. : Экспертное бюро М, 1997. – 176 с.
14. Сарафанова, Е. В. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / Е. В. Сарафанова. – М. : АЛЬФА-М : ИНФРА-М, 2007. – 240 с.
15. Уайт, С. Основы маркетинга / С. Уайт. – М. : Астрель, 2004. – 425 с.
16. Янкевич, В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме : российский и международный опыт / В. С. Янкевич, Н. Л. Безрукова ; под ред. В. С. Янкевича. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 416 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

17. Абчук, В. А. збука маркетинга / В.А. Абчук. – СПб. : Союз, 1998. – 272 с.
18. Академия рынка: маркетинг: пер. с фр./ А. Дайан [и др.] ; науч. ред. А. Г. Худокормов. – М. : Экономика, 1993. – 572 с.
19. Акулич, И. Л. Основы маркетинга : учеб. пособие для студентов вузов/ И. Л. Акулич, Е. В. Демченко. – Минск : Выш. шк., 1998. – 236 с.
20. Демченко, Е. В. Маркетинг услуг: учеб. пособие / Е.В. Демченко. – Минск : БГЭУ, 2002. – 161 с.
21. Дурович, А. П. Маркетинговые исследования в туризме : учеб.-практ. пособие/А. П. Дурович, Л. Анастасова. – М. : Новое знание, 2002. –348 с.
22. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие/ А. П. Дурович. – 5-е изд., стер. –Минск Новое знание,2005. – 496 с.
23. Дурович, А. П. Маркетинг гостиниц и ресторанов : учеб. пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2005. – 632 с.
24. Дурович, А. П. Основы маркетинга : учеб.пособие / А. П. Дурович. – М. : Новое знание, 2004. – 512 с.
25. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие/ А. П. Дурович.– 3-е изд., стер.– Минск : Новое знание, 2003. – 496 с.
26. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие/ А. П. Дурович; – 5-е изд., стер. – Минск : Новое знание, 2005. – 496 с.
27. Евдокимов, Ф. И. Азбука маркетинга : учеб. пособие/ Ф. И. Евдокимов, В. М. Гавва. – 3-е изд., перераб. и доп. – Донецк : Сталкер, 1998. – 432 с.
28. Запесоцкий, А. С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика / А. С. Запесоцкий. – СПб. : СПбГУП, 2003. – 352 с.
29. Квартальнов, В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2002. –320 с.
30. Кириллов, А. Т. Маркетинг в туризме/ А. Т. Кириллов, Л. А. Волкова ; С.-Петерб. гос. ун-т. –СПб., 1996. – 184 с.
31. Крылова, Г. Д. Маркетинг. Теория и практика : учеб. для вузов / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. – М. : Юнити-Дана, 2004. – 655 с.
32. Кулик, И. И. Прямая реклама и система Public Relations как элементы маркетинга (отечественная и зарубежная теория и практика) / И. И. Кулик, Л. П. Гуляко, А. И. Кулик. – Минск : БелИПК, 1998. – 192 с.
33. Маркетинг : словарь-справочник. – Минск : Выш. шк., 1993. – 332 с.
34. Маркетинг : учебник/ под ред. Э. А. Уткина. – М. : Тандем : ЭКСМО, 1999. – 320 с.
35. Михарева, В. А. Основы маркетинга : учеб. пособие для учащихся ССУЗов / В.А. Михарева,– 2-е изд. – Минск : Дизайн ПРО, 2005. – 176 с.
36. Морозов, Ю. В. Основы маркетинг : учеб. пособие для вузов / Ю. В. Морозов. – 2-е изд., испр.и доп. – М. : Дашков и К, 2000. – 156 с.
37. Похабов, В. И. Основы маркетинга : учеб. пособие для студентов экон. специальностей высш. учеб. заведений / В. И. Похабов, В. В. Тарелко. – Минск : Выш. шк., 2001. – 271 с.

38. Ромат, Е. В. Реклама : учеб. для студентов специальности «Маркетинг»/ Е. В. Ромат. – Киев ; Харьков : Студцентр, 1999. – 480 с.

39. Федько, В. П. Основы маркетинга: 100 экзаменационных ответов / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов н/Д : Март, 2001. – 446 с.