

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ОСНОВНАЯ

1. Баскаков, А.Я. Методология научного исследования: учеб. пособие / А.Я. Баскаков, Н.В. Туленков. – 2-е изд., испр. – К.: МАУП, 2004. – 216 с.
2. Завьялова, М.П. Методы научного исследования: учеб. пособие / М.П. Завьялова. – Томск: Изд-во ТПУ, 2007. – 160 с.
3. Кобринский, М.Е. Методология научных исследований в туризме: учебно-методическое пособие / М.Е. Кобринский, В.М. Разуванов. – Минск: БГУФК, 2008. – 128 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 2007. – 656 с.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

5. Белановский, С.А. Методика и техника фокусированного интервью / С.А. Белановский. – М.: Наука, 1993. – 123 с.
6. Боровиков, В.П. Популярное введение в программу STATISTICA / В.П. Боровиков. – М.: Компьютер Пресс, 1998. – 345 с.
7. Волков, Ю.Г. Социология: учебник / Ю.Т. Волков [и др.]; под ред. проф. Ю.Г. Волкова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Гардарики, 2003. – 367 с.
8. Голдстейн, М. Как мы познаем. Исследование процесса научного познания / М. Голдстейн, И. Голдстейн; пер. с англ. – М.: Знание, 1984. – 212 с.
9. Докторов, Б.З. О надежности измерения в социологическом исследовании / Б.З. Докторов. – Л.: Наука, 1979. – 157 с.
10. Мерстон, Р. Фокусированное интервью / Р. Мерстон, М. Фиске, П. Кен-далл. – М.: Институт молодежи, 1991. – 258 с.
11. Паниотто, В.И. Качество социологической информации / В.И. Паниотто. – Киев: Наукова думка, 1986. – 387 с.
12. Прикладная статистика. Классификация и снижение размерности / С.А. Айвазян [и др.]; под ред. С.А. Айвазяна. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 364 с.
13. Сэндидж, Ч. Реклама: теория и практика / Ч. Сэндидж, В. Фрайберг, К. Ротцолл. – М.: Прогресс, 1989. – 321 с.
14. Фролов, И.Т. Этика науки: проблемы и дискуссии / И.Т. Фролов, Б.Г. Юдин. – М.: Политиздат, 1986. – 231 с.
15. Чесноков, С.В. Основы гуманитарных измерений / С.В. Чесноков. – М., 1985. – 196 с.