**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**Законодательные и нормативные акты**

1. О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь № 366-3от 8 июля 2008г.
2. О рекламе: Закон Республики Беларусь № 225-3. от 10 мая 2007г.
3. О товарных знаках и знаках обслуживания:Закон Республики Беларусь № 2181-XII от 5 февраля 1993г.
4. О ценообразовании: Закон РБ № 255-3 от 10 мая 1999г.

**ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

1. Акулич, И. Л. Маркетинг взаимоотношений / И.Л. Акулич. – Минск: Вышейшая школа, 2010. – 256 с.
2. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 524 с.
3. Акулич, И. Л. Международный маркетинг: учеб. для вузов / И. Л. Акулич. – 2-е изд. – Минск: БГЭУ, 2007. – 495 с.
4. Глубокий, С. В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С.В. Глубокий. – Минск: Издательство Гревцова, 2008. – 376 с.
5. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, практика и методология: учебник - М.: Финпресс, 2008.– 469 с.
6. Дурович, А. П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 253 с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Двенадцатое издание / Ф. Котлер. – СПб: Питер, 2011. – 816 с.
8. Маркетинг: для бакалавров и специалистов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. – 556 с.
9. Разумова, С. В. Стратегический маркетинг / С.В. Разумова. – Минск: БГЭУ, 2008. – 375 с.
10. Середа, Т. Н. Маркетинг и ценообразование: учеб. – метод. комплекс для студентов экон. спец. - В 2 ч. Ч.1. Маркетинг – Новополоцк: ПГУ, – 2014 – 248 с.

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:**

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник по экономическим специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Лидер, 2010. – 573 с.
2. Голик, В.С. Эффективность интернет-маркетинга в бизнесе / В.С. Голик. – Минск: Дикта, 2008. – 196 с.
3. Ковалев, М.Н. Управление маркетингом: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» / М. Н. Ковалёв. – Гомель: Центр исследования институтов рынка, 2008. – 195 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Двенадцатое издание / Ф. Котлер. – СПб: Питер, 2011. – 816 с.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга. – 2-е европ. изд. / Пер. с англ. – К.: Вильямс, 2006. – 1152 с.
6. Маркетинг. Менеджмент: [перевод с английского] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. – 814 с.
7. Маркетинг: для бакалавров и специалистов: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. – 556 с.

**Электронные ресурсы**

1. Административно-управленческий портал "Менеджмент и маркетинг в бизнесе"[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// www.aup.ru
2. Бизнес-сайт агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет"[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.market-agency.m>
3. Сайт Гильдии маркетологов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketologi.ru>
4. Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketcenter.ru>
5. Сайт электронного журнала по маркетингу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.4p.ru
6. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http:// www.marketing.spb.ru