

## Список рекомендуемой литературы

### *Основная*

1. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Соответствует ФГОС 3-го поколения] / Рос. акад. нар. хоз. и гос. службы при Президенте РФ. – М.: Юрайт, 2014. - 474 с.
2. Каменева, Н.Г. Маркетинговые исследования / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – М.: ИНФРА-М, 2011.
3. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. - 4-е изд. – М: Издательский дом «Вильямс», 2007.
4. Токарев, Б.Е. Маркетинговые исследования. - М.: ИНФРА-М, 2011.

### *Дополнительная*

5. Баумгартен, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник / Л. В. Баумгартен ; Моск. гос. лингвист. ун-т. – М.: Юрайт, 2015. - 337 с.
6. Беляевский, И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002.
7. Березин, И.С. Маркетинг и исследования рынков / И.С. Березин. – М., 2006.
8. Березин, И.С. Практика исследования рынков: Как? Кому? Когда? Зачем? Сколько? - М.: Бератор-Пресс, 2003. - 373 с.
9. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы. – СПб: Вектор, 2005.
10. Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования / Е.Г. Галицкая, Е.Б. Галицкий. – М.: Юрайт-издат, 2012.
11. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования. 4-е изд. – М.: Финпресс, 2008.
12. Дурович, А.П. Практика маркетинговых исследований. В 2-х кн.- Книга 2. Среда. Рынок. Товары. Конкуренты. Потребители. Коммуникации. – Минск: Издательство Гревцова, 2008.
13. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 314 с.
14. Количественные методы анализа в маркетинге / Т.П. Данько, О.А. Косоруков, А.И. Самыловский, И.И. Скоробогатых; под ред. Т.П. Данько, И.И. Скоробогатых. - СПб.: Питер, 2005. - 384 с.
15. Кравченко, А.И. Методология и методы социологических исследований: учебник для бакалавров / А. И. Кравченко; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. - Москва : Юрайт, 2015. - 827с.
16. Малхотра, Нэреш К. Маркетинговые исследования с помощью SPSS. Практическое руководство, 4-е изд. – М: Издательский дом «Вильямс», 2006.
17. Мельникова, О.Т. Фокус-группы. Методы, методология, моделирование. – М.: Аспект Пресс, 2007.
18. Моосмюллер, Г. Маркетинговые исследования с SPSS: учеб. пособие / Г. Моосмюллер, Н. Н. Ребик. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2011. - 199 с.
19. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2001.
20. Черчилль, Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А.Черчилль, Д. Якобуччи. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2004.

21. Черчилль, Г., Браун Т. Маркетинговые исследования / Г. Черчилль, Т. Браун. – 5-е изд. – СПб.: Питер, 2007.

Журналы: «Маркетинг в России и за рубежом», «Маркетолог», «Маркетинг и маркетинговые исследования».

#### *Электронные ресурсы*

Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – Режим доступа:

[www.marketingandresearch.ru](http://www.marketingandresearch.ru)

Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа:

<http://www.gks.ru/>

Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Архангельской области и Ненецкому автономному округу (Архангельскстат). –

Режим доступа: <http://arhangelskstat.gks.ru/>

ВЦИОМ. – Режим доступа: <https://wciom.ru/>

Ipsos Comcon. – Режим доступа: <http://ipsos-comcon.ru/ru/specialisations>

Основные результаты исследования «Рейтинг исследовательских компаний - 2015». – Режим доступа: <http://789.ru/projects/rik/13375-rik-2015.html>

Российский Индекс Целевых Групп. – Режим доступа: [http://ipsos-comcon.ru/ru/syndicated\\_studies/rusindex](http://ipsos-comcon.ru/ru/syndicated_studies/rusindex)