

Маркетинг для магістрів: Навчальний посібник/ За заг. ред. д.е.н., проф. СМ. Ілл яшенка.
-
Суми: ВТД "Університетська книга",
2007.-928 с

У навчальному посібнику в стислому вигляді викладені теоретичні й методичні засади фахових дисциплін, які входять до навчальної програми підготовки фахівців з маркетингу освітньо-кваліфікаційних рівнів "спеці-аліст" і "магістр", а також авторських дисциплін, що розширюють їх світо-гляд у руслі сучасних уявлень про стійкий соціально-економічний розви-ток і роль маркетингу в ньому.

Містить багато прикладів і фактичних матеріалів з практики діяль-ності вітчизняних та іноземних підприємств, що ілюструють теоретичні положення.

Для викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також студентів, що вивчають маркетинг на неекономічнихспеціальностях вищих навчальних закладів,

Буде корисним для керівників і провідних фахівців підприємств різних галузей та широкого кола читачів, яких цікав-лять проблеми сучасного маркетингу.