

Балабанова Л. В.
Маркетинг : підручник / Л. В. Балабанова. — Вид. 3-тє, перероб. і доп. — К. : КНЕУ, 2011. — 543, [1Q с. — (Школа маркетингового менеджменту).

Підручник підготовлено з базової дисципліни «Маркетинг». В його основу покладено багаторічний досвід автора у викладанні маркетингу студентам вищих навчальних закладів, слухачам закладів післядипломної освіти. Він складається з чотирьох частин (парадигма маркетингу, маркетингові можливості, комплекс маркетингу та управління маркетинговими зусиллями) та 15 розділів. До кожного розділу додаються навчальні цілі, резюме, контрольні запитання і завдання, тести для самоконтролю. У кінці підручника наведено бібліографічний список, глосарій, подано предметний та іменний покажчики, додатки (31 слайд із найважливіших питань курсу).

Підручник розрахований на студентів, аспірантів та викладачів вищих навчальних закладів. З метою оволодіння маркетингом він буде корисний слухачам бізнес-шкіл та закладів післядипломної освіти, керівникам та спеціалістам підприємств різних форм власності та всім, кого зацікавлять питання маркетингу.