



КАТЕДРА "МАРКЕТИНГ"

ЛИТЕРАТУРА

за държавен изпит на студентите ОКС „Магистър“ специалност

“Управление на продажбите и мърчандайзинг”

1. Банчев П. Управление на продажбите . Свищов. 2006;
2. Баришева А. – Психология на успешните продажби. Как да продадем и слон, СофтПрес, 2007 г.;
3. Василева, Л. и колектив. Дистрибуционна политика – физическа дистрибуция и логистика, 2002;
4. Връзката с клиентите: как да ги спечелим и задържим? Harvard Business School Press, Изд. „Locus”, С., 2009;
5. Димитрова В. и др. Управление на продажбите. ИУ Варна. 2011;
6. Йозиолдаш С.О., Управление на продажбите, УИ „Св. Св. Кирил и Методий“ – Велико Търново, 2009
7. Кастелс,М. Възходът на мрежовото общество. ИК „ЛИК“, С., 2004;
8. Катранджиев, Хр. Дистрибуционна политика, Стопанство, София, 2008;
9. Костова С. и др. Продаване и управление на продажбите. Тракия – М.2002;
10. Куш, С. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках, Изд. дом „С.-Петербургского государственного университета“, 2008;
11. Мушмов, А. Обърнат маркетинг. CRM – сечиво за пристрастяване на клиенти. Изд. „ФорКом“, 2009;
12. Норка Д. И., Управление на отдел продажби, Софтпрес, 2006
13. Пийз А., Езикът на тялото. Скритият смисъл на думите, Сиела, 2000 г.;
14. Санд, Г. Принципи на мърчандайзинга в глобален план, София, 2005;
15. Санд, Грегъри. Световна мърчандайзинг енциклопедия, София, 2006;
16. Станимиров, Е. Управление на взаимоотношенията с клиентите: концептуални основи. Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2010;



ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2008

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • www.ue-varna.bg

17. Тонкова, Е. Дистрибуционни модели в условията на е-бизнес. Стено, Варна, 2005;
18. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията, УИ Варна, 2002;
19. Шугарс Б., Ефективни продажби: Незабавен успех, СофтПрес, 2006 г.;
20. Янкулов Я. Продажбата е лесно нещо. УНСС. 2002;
21. Buttet, F. CRM: Concepts and Technologies. Elsevier, Oxford, 2009;
22. Hamilton G., Communicating for results, ninth edition, WADSWORTH Cengage Learning, 2011
23. Ingram T., LaForge R., and co, Professional Selling: A Trust-Based Approach, fourth edition, Thomson South-Western, 2008
24. Jason J., M. Vazzana, Cracking the Sales Management Code: The Secrets to Measuring and Managing Sales Performance, McGrawHill, 2011
25. Schwatz M., Fundamentals of Sales Management for the Newly Appointed Sales Manager, AMACOM, 2006

13.01.2016 г.

Ръководител катедра:

/проф. д-р Е. Станимиров/