

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

ЛИТЕРАТУРА

За държавен изпит ОКС „бакалавър“, спец. „Маркетинг“

1. Банчев, Петър и Тодор Кръстевич. Основи на маркетинга. Академично издателство „Ценов“, Свищов, 1999. В.66050;
2. Белеб, М. разходи за маркетингова дейност на фирмата, икономика, с. 1994;
3. Благоев, Б. и др. Управление на ценообразуването. Изд. на ИУ-Варна, 2003 г.;
4. Благоев, Б., В. Янакиев. Управление на ценообразуването. Изд. ИУ-Варна, 1995 г.;
5. Благоев, Б., М. Близнаков. Микроикономика. Изд. АЛ, Варна, 1992 г.;
6. Благоев, Веселин Иванов Маркетинг : принципи, сегментиране, позициониране, анализи, стратегии, маркетинг микс /- 2. доп. и прераб. изд. - София : intern. univ., 2003;
7. Брестничка, Р. Управление на търговските марки. Университетско издателство „Стопанство“, София, 2004;
8. Брешков, Иван и Миглена Ботушарова. Маркетинг на услугите. Университетско издателство „Стопанство“, София, 1999, В.66161;
9. Българска асоциация по маркетинг: етичен кодекс. <http://www.bam.bg/ethics.htm>
10. Велев М., Маркетингови комуникации, Софтрейд, 2001, София;
11. Гантънбайн, Дъглас. Успешни бизнес стратегии: интерактивен маркетинг и управление на клиентите, Софтпрес, 2000;
12. Георгиев, Кирил. Управление на иновациите. Издателство на ТУ- Варна, 2002.
13. Георгиева Е. и др. – Маркетингови анализи. ИУ Варна, 2008;
14. Георгиева Е., Кехайова-Стойчева М., Станимиров Е. Маркетинг – учебно пособие, “Стено”, Варна, 2012 г.;
15. Гордин В., Менеджмент в сфера услуг, Санкт Петербург, дом Бизнес-пресса, 2007 В 71386;
16. Гочев, Ат. и колектив. Конкурентност на българските експортни производства, София, 1997 г.;
17. Грънчарова Б., Сегментиране на пазара и ползи за фирмите предлагащи туристически услуги, Варна, изд. Славена, 2003 В 68823;

18. Дамянов, Ат., И. Марчевски. Международен маркетинг. Академично издателство „Ценов“, Свищов, 1993 г.;
19. Дамянов, Атанас и Драгомир Илиев. Международен маркетинг. Академично издателство „Ценов“, Свищов, 2005. В.70228;
20. Доганов, Д., Б.Дуранкев. Интегрирани маркетингови комуникации, София, 2002;
21. Доганов, Димитър. Маркетинг в туризма. Princesps, Варна, 2004, В.63117;
22. Дуранкев, Боян: Фундаментални въпроси на маркетинга и стратегическото управление за 21 век (<http://www.nessebar2009.bam.bg/papers/Durankev.pdf>);
23. Елазаров, С., Б. Найденов. Стокови борси, тържища, борсови сделки. С., 1997 г.
24. Етичен кодекс на българските медии. http://www.cem.bg/r.php?sitemap_id=152;
25. Етичен кодекс на ПР специалистите в България
<http://www.bdvo.org/index.phtml?sec=1&sec3=7&part=0&sec4=15&pagenum=15>;
26. Желев, С. Маркетингови изследвания. Университетско издателство „Стопанство“, С., 2008;
27. Желев, Симеон (с участието на Андрей Нончев). Маркетингови изследвания. Университетско издателство „Стопанство“, София, 1999, В.65883;
28. Желев, Симеон, Маркетингови изследвания за маркетингови решения, 2000;
29. Закона за данък добавена стойност;
30. Закона за корпоративното данъчно облагане;
31. Каракашева, Лилия . Международен маркетинг. - София : Люрен, 2005;
32. Кафтанджиев Хр., Хармония в рекламната комуникация, Сиела, 2003, София;
33. Кехайова-Стойчева, М., Потребителско поведение – втора част, Варна, 2009 г.;
34. Контранджиев, Хр. Медия планиране на рекламната кампания, Унив. изд-во „Стопанство, 2006;
35. Котлер,Ф. маркетингов мениджмънт, 8 издание, с. превод, 2002;
36. Котлър, Ф. Маркетинг 3.0, Изд-во „Локус“, 2010;
37. Котлър, Филип, Хермаван Картаджая и Айвън Сетиаван. «Marketing 3.0: от продуктите, към клиентите, към човешкия дух» (<http://www.book.store.bg/p46949/marketing-3-0-filip-kotlyr.html>) или Kotler, Philip at al. “Marketing 3.0” (www.4shared.com/.../Kotler... - [Кеширана версия](#) - [Превод на страницата](#) Kotler - Marketing 3.0 is hosted at free file sharing service 4shared. Online file hosting and sharing - 15 GB free to store and manage documents, adobe pdf files.);
38. Котлър, Филип. Как да създаваме, печелим и управляваме пазарите. В.66496;
39. Котлър, Филип. Управление на маркетинга: структура на управлението на пазарното предлагане, „Класика и Стил“ ООД, София, 2002;
40. Левинсън, Джей К. Партизански маркетинг, Изд-во „Изток-Запад“, 2011;
41. Маринова, Елена. Маркетинг. Princesps, Варна, 1995, У806., В.62316;
42. Менчева, Л., О. Лозанов. Маркетингови комуникации, Тракия – М, 2003;

43. Митев, Неделчо и Михаил Чиприянов. Маркетинг:теория и практика. Академично издателство „Ценов”, Свищов, 2003, В.68944;
44. Младенова Г. – Маркетингови анализи. Тракия. 2000;
45. Младенова, Галина. Маркетингово планиране. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2006, В.70364;
46. Младенова, С. стратегическо маркетингово планиране, с. 2008;
47. Найденов, Найден. Международен маркетинг: анализ, стратегии, реализация. Университетско издателство „Стопанство”, София, 1999, В.66358;
48. Наредба № 5 от 26.02.1999 г. на Министерството на финансите ;
49. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България:
<http://www.nss-bg.org/kodeks.php>;
50. Обединен кодекс на Международната търговска камара (Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code
<http://www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html>);
51. Славова, Миланка и Марин Петров. Как да превърнем идеята в продукт. PRINCEPS, първо издания, Варна, 1996;
52. Станимиров, Е. Управление на търговската марка: учебно пособие. Изд. „Наука и икономика”, ИУ-Варна, 2010;
53. Стоянов, Димитър. Маркетинг в индустрията. „Дионис”, София, 2006, В.70871;
54. Сълова, Н., Е. Георгиева, Г. Няголов, Ю.Узунова, Д.Данчев, В.Димитрова, В.Петева и Галина Петрова. Маркетинг. Университетско издателство ИУ-Варна, 1998;
55. Томс, Ж., Интернет рекламата. Мисията възможна, Сиела, 2005, София;
56. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията – задачи, казуси, тестове. Наука и икономика, ИУ Варна, 2011;
57. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията. Наука и икономика, ИУ Варна, 2006;
58. Узунова Ю. и колектив, Маркетинг, “Наука и икономика”, Варна, 2010 г.;
59. Узунова, Ю. ,Анюта Николова, Маркетингови разчети. ТУ-Габрово, 1999;
60. Узунова, Ю. Маркетингов мениджмънт, ИУ-варна,1992;
61. Узунова, Ю. Маркетингов план, София, Ромина, 1999;
62. Узунова, Ю., Б. Василева, Пазарни и маркетингови изследвания: ръководство за семинарни упражнения, Университетско издателство, Икономически университет, Варна, 2003;
63. Узунова, Ю., Б. Василева, Приложни маркетингови изследвания, Ромина, София, 2003;
64. Узунова, Юлия Добрева,Бистра Василева и др. Международен маркетинг : ИУ - Варна / Варна : Унив. изд. на иу, 2012;
65. Учебно пособие по международен маркетинг и международни пазари / Атанас Дамянов, Таня Горчева, Драгомир Илиев . - Свищов : акад. изд, 2001 ;

66. Цветков-Голубарев, Цв. Ценова политика - маркетинг в международния бизнес, София, 1993 г.;
67. Янков, Н. Маркетинг и маркетингов мениджмънт. Свищов, 2000;
68. Янков, Никола и Пенка Горанова. Маркетинг (и маркетингов мениджмънт). Академично издателство „Ценов“, Свищов, 2003, В.68935;
69. Ederington, L. The hedging performance of the new futures markets. *Journal of Finance*. 1979, №34, pp.157-170;
70. Gross, I. *Insight From Pricing Research Practicies and Strategies*. Earl Bailey, 1978;
71. <http://www.iccwbo.org/incoterms/>;
72. Keynes, J. M. *A treatise on money. The applied theory of money*. L., 1979;
73. Palmer A., *Principales of Services Marketing*, McGRAW-HILL, 2008 В 72362;
74. Wilson A., *Service marketing: Integrating custom Focus Across the Firm*, Mc GRAW-HILL, 2008 В 72363;
75. Zikmund, W. and M. D'Amico. *Marketing*. John Wiley & Sons, 1984;
76. Коноплева Н. А., *Сервисология: Человек и его потребности*, Москва, Флинта, 2008, В 72596;
77. Николайчук В., *Маркетинг и менеджмент услуг: Деловой сервис*, Санкт Петербург, ПИТЕР, 2005 В 69955;