



Маркетинг: навч. посібник/ Колектив авторів (Н.І.Волкова, Т.О.Окландер та ін.) - Одеса: Наука і техніка, 2009.- 160 с. ISBN 978-966-8335-94-5

У навчальному посібнику висвітлено теоретичні й практичні аспекти маркетингу: сутність і види маркетингу, функції та роль маркетингу в практичній діяльності підприємств, особливості розробки товарної, цінової, збутової і комунікативної політики, специфіка організації маркетингової діяльності. Подано схеми, таблиці вправи для самостійної роботи.

Для викладачів та студентів економічних спеціальностей, науковців.

Навчальний посібник призначено для студентів для студентів, що навчаються за фахом «Маркетинг», аспірантів, викладачів, наукових робітників, економістів державних та комерційних структур.