**РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА І ДЖЕРЕЛА**

1. Закон України “Про охорону прав на знаки для товарів та послуг” від 15.12.1993 р. № 3689-XII.
2. Закон України “Про захист прав споживачів” від 12.05.1991 р. № 1023-XII.
3. Наказ Міністерства економіки та питань з європейської інтеграції України, Міністерства внутрішніх справ України, Державної податкової адміністрації України, Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України “Правила торгівлі на ринках” від 26.02.2002 р.   
   № 57/188/84/105
4. Закон України “Про захист економічної конкуренції” від 11.01.2001 р.  № 2210-III.
5. Закон України “Про захист від недобросовісної конкуренції” від 07.06.1996 р. № 236/96-ВР.
6. Закон України “Про стандартизацію” 05.06.2014 р. № 1315-VII.
7. Закон України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” від 15.12.1993 р. № 3689-XII.
8. Закон України “Про природні монополії” від 20.04.2000 р. № 1682-III.
9. Закону України “Про фінансовий лізинг” від 16.12.1997 р. № 723/97-ВР.
10. Указ Президента України “Про додаткові заходи щодо прискорення вступу України до Світової організації торгівлі” від 05.09.2001 р. № 797/2001.
11. Закон України “Про рекламу” від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. / Дер­жав­ний вищий навчальний заклад “Київський національний економічний ун-т   
    ім. Вадима Гетьмана” / А.В. Войчак (ред.). – Київ : КНЕУ, 2007. – 408 c.
12. Гаркавенко С.С. Маркетинг : підручник. – 5-те вид.доп. – Київ : Лібра, 2010. – 720 с.
13. Зюкова І.О. Технології маркетингових досліджень : навч. посіб. – Львів : Магнолія, 2006. – 386 с.
14. Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Сумський держ. ун-т. – Київ : Центр навч. літ-ри, 2006. – 192 с.
15. Косенков С.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.– Київ : Видавничий дім “Скарби”, 2004. – 464 с.
16. Крикавський Є.В., Косар Н.С., Мних О.Б., Сорока О.А. Маркетингові дослідження : навч. посіб. – НУ “Львівська політехніка” (Інф.-вид. Центр “Інтелект” + ІПДО ), 2004.– 288 с.
17. Липчук В.В. Маркетингові дослідження : навч. посіб. /В.В. Липчук, Л.В. Погребняк. – Львів : Магнолія, 2006, 2012. – 352 с.
18. Ортинська В.В., Мельникович О.М. Маркетингові дослідження : підручник / Київський національний торговельно-економічний ун-т. – Київ, 2007. – 376 с.
19. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження. – Київ : ТОВ “Лазарит– Поліграф”, 2012. – 480 с.
20. Тєлетов О.С. Маркетингові дослідження : навч.посіб. – Київ : Знання України, 2010. – 299 c.
21. Федорчук А. І. Маркетингові дослідження : навч.посіб. – Львів : Вид-во Львівської комерц. акад., 2008. – 368 с.
22. Бєлявцев М.І. Маркетинг : навч. посіб. – Київ : ЦНЛ, 2005. – 328 с.
23. Богомолова В. В. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства // Матеріали ХV Міжнародної наукової конференції молодих науковці “Наука і вища освіта” : у 3 ч. / м. Запоріжжя, 17–18 травня 2010 р. – Запоріжжя : ГУ “ЗІДМУ”, 2010. – Ч. 2. – С. 54–55.
24. Богомолова В.В. Маркетинговий аудит на підприємстві // Матеріали VІІ Міжнародної наукової конференції студентів та молодих учених “Соціально-Економічний розвиток України. Європейській вибір” : у 2 ч. / за заг. ред. А.А. Ткача. Мелітополь, 18 травня 2010 р. – Мелітополь : МІДМУ ГУ “ЗІДМУ”, 2010. – Ч. 2. – С. 60–62.
25. Будько С. Маркетолог у комерційній структурі : проблеми підготовки професійної адаптації // Маркетинг в Україні. – № 4. – 2009. – С. 66–67.
26. Вачевський М. Маркетинг у сфері послуг : навч. посіб. – Київ : ЦНЛ, 2004. – 232 с.
27. Голубкова Е. М. Маркетингове коммуникации. – Москва : Финпресс, 2000. – 256 с.
28. Іляшенко А. Х. Необхідність, передумови й умови використання блочно-модульних структур маркетингу // Держава та регіони. Серія : економіка та підприємництво. – 2008. – № 8. – С. 103–106.
29. Іляшенко А. Х. Організаційні засади управління маркетинговою діяльністю підприємства // Держава та регіони. Серія : економіка та підприємництво. – 2009. – № 6. – С. 110–113.
30. Іляшенко А.Х. Теоретичні основи маркетингового менеджменту   
    // Держава та регіони. Серія : економіка та підприємництво. – 2009. – № 5. –   
    С. 106–111.
31. Клімова І.Г. Розробка ефективної маркетингової стратегії підприємства та управління процесом її реалізації // Держава та регіони. Серія : економіка та підприємництво. – 2009. – № 5. – С. 115–118.
32. Козін С.В. Організаційна схема збутової мережі торговельного підприємства // Маркетинг в Україні. – № 3. – 2003. – С. 26–29.
33. Коноплянникова М. А. Відділ маркетингу в структурі організації : призначення, функції і завдання // Маркетинг в Україні. – 2003. – № 1. – С. 44–48.
34. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. – Москва : Издательский дом “Вильямс”, 2005. – 800 с.
35. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга : пер. с англ. – 2-е европейское издание. – Москва, Киев, Санкт-Петербург : Изд. дом “Вильямс”, 2000. – 944 с.
36. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. – Москва : Издательский дом “Вильямс”, 2002. – 656 с.
37. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., и др. Основы маркетинга. – Москва : Издательский дом “Вильямс”, 2000. – 944 с.
38. Ларіна Я. С. Дослідження чинників макросередовища як передумова обґрунтування маркетингових стратегій підприємств АПК // Держава та регіони. Серія : економіка та підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 164–166.
39. Макаренко Т. І. Моделювання та прогнозування у маркетингу. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 384 с.
40. Олійник Т. О. Створення маркетингової діяльності на підприємстві та управління нею // Держава та регіони. Серія : економіка та підприємництво. – 2009. – № 6. – С. 207–211.
41. Пилипчик В. П. Контроль, оцінки та аналіз ефективності маркетингової діяльності // Маркетинг в Україні. – №1. – 2008. – С. 28–32.
42. Шумейко А.К., Шумейко А.К. Маркетинг у малому бізнесі. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 71 с.