Котлер, Филип, Армстронг, Гари, Сондерс, Джон, Вонг, Вероника.

Основы маркетинга: Пер. с англ. — 2-е европ. изд. — М.; СПб.; К.: Издательский дом "Вильямс", 2003. — 944 с. : ил. — Парал. тит. англ.

ISBN 5-8459-0088-3 (рус.)

Книга поможет вам получить полное представление о маркетинге, о его применении в практической деятельности. Книга предназначена для преподавателей маркетинга и других экономических дисциплин, студентов, менеджеров различного уровня, а также для всех, интересующихся новинками "технологии" работы на рынке. Продуманный стиль изложения, современный подход, широкое использование практических и наглядных примеров делают эту книгу легко читаемой, живой и увлекательной, способствуют усвоению знаний и приобретению опыта.