

Маркетинг: бакалаврський курс : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка.
—
Суми : Університетська книга,
2009. — 1134,
[2]
с.

ISBN 978-966-680-477-1

У підручнику розглядаються теоретичні і методичні засади маркетингу в обсягах фахових нормативних дисциплін, що викладаються у вищих навчальних закладах у рамках бакалавратури зі спеціальності "Маркетинг", а також спеціальних авторських дисциплін, які розширюють світогляд і поглиблюють підготовку фахівців у руслі концепції сталого еколого-соціально-економічного розвитку. Містить велику кількість прикладів і фактичного матеріалу, що ілюструють теоретичні положення.

Для викладачів, аспірантів і студентів економічних спеціальностей, а також тих, хто вивчає маркетинг на неекономічних спеціальностях вищих навчальних закладів. Буде корисним керівникам і провідним фахівцям підприємств різних галузей та широкому колу читачів, яких цікавлять проблеми маркетингу.