Магомедов Ш. Ш. Маркетинговые исследования товаров и услуг: Учебное пособие. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2008. — 296 с.

ISBN 978-5-394-00007-2

В учебном пособии произведена систематизация предмета, метода и содержания дисциплины "Маркетинговые исследования товаров и услуг".

В книге подробно рассмотрены методология, объекты дисциплины, конкретные практические примеры использования маркетинговых исследований товаров (услуг), анализ понятий "потребительская ценность" и "конкурентоспособность товаров".

Для студентов, обучающихся по специальностям "Маркетинг", "Товароведение и экспертиза товаров" и другим специальностям, где изучается данная дисциплина, а также для аспирантов, преподавателей, научных и практических работников.