



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

