

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

ЛИТЕРАТУРА

За държавен изпит ОКС „магистър“, спец. „**Корпоративен маркетинг**“

1. Аврамов, В. Комуникационна политика на фирмата. CIELA, 2001;
2. Бакърджиева, М. Връзки с обществеността. УИ, Свищов, 2004;
3. Балева В. – Продуктът – маркетингови стратегии и политики. УНСС.2009;
4. Велев М. – Управление на маркетинга. Софттрейд. 2005;
5. Велев М. – Управление на маркетинговия микс. Софттрейд.2005;
6. Владимирова К. – стратегическо управление и стратегическо развитие. УНСС, 2007;
7. Връзката с клиентите: как да ги спечелим и задържим? Harvard Business School Press, Изд. „Locus“, С., 2009.
8. Докова, Соня и Петров, Камен. Комуникации и връзки с обществеността, Изд-во „Тракия – М“, 2008;
9. Доулинг, Греъм. Създаване на корпоративна репутация, Рой комюникейшън, 2005;
10. Калагларски, Г. Пъблик рилейшънз и медии., С., 2002;
11. Кастелс, М. Възходът на мрежовото общество. ИК „ЛИК“, С., 2004.
12. Катранджиев, Хр. Дистрибуционна политика, Стопанство, София, 2008;
13. Клайн, Наоми. Без лого, Изд-во „Елементи“, София, 2005;
14. Корпоративен анализ. Пътеводител. Класика и стил;
15. Маринов, Р. Комуникационни стратегии. С., 2004;
16. Мушмов, А. Обърнат маркетинг. CRM – сечиво за пристрастяване на клиенти. Изд. „ФорКом“, 2009.
17. Райков, Здр. PR технология на успеха. – Дармон, С., 2003;
18. Рийс Ал, Л. Рийс. Залезът на рекламата и възходът на PR. –Класика и стил, С., 2003;
19. Скот,К.,А. Сентър, Глен Бруум.Ефективен Пр. С., 2010;
20. Станимиров, Е. Управление на взаимоотношенията с клиентите: концептуални основи. Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2010;

21. Тонкова, Е. Дистрибуционни модели в условията на е-бизнес. Стено, Варна, 2005;
22. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията, УИ Варна, 2002;
23. Узунова, Ю. Интерактивен ПР. Сф. РОМИНА, 2005;
24. Христов С. – Стратегически маркетинг. УИ. 2001;
25. Buttel, F. CRM: Concepts and Technologies. Elsevier, Oxford, 2009;
26. Hutt, M., Speh, T. Business Marketing Management. A Strategic View of Industrial and Organizational Markets. Thompson, 2004;
27. Novo, J. Drilling Down: Turning Customer Data into Profits with a Spreadsheet. Booklocker.com, Inc., Third Edition, 2004;
28. Куц, С. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках, Изд. дом „С.-Петербургского государственного университета“, 2008;