

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ – ВАРНА

КАТЕДРА „МАРКЕТИНГ“

ЛИТЕРАТУРА

За държавен изпит ОКС „магистър“,

спец. **„Управление на продажбите и мърчандайзинг“**

1. Банчев П. Управление на продажбите . Свищов. 2006;
2. Баришева А. – Психология на успешните продажби. Как да продадем и слон, СофтПрес, 2007 г.;
3. Василева, Л. и колектив. Дистрибуционна политика – физическа дистрибуция и логистика, 2002;
4. Връзката с клиентите: как да ги спечелим и задържим? Harvard Business School Press, Изд. „Locus“, С., 2009;
5. Димитрова В. и др. Управление на продажбите. ИУ Варна. 2011;
6. Доганов Д., Б. Дуранкев. Интегрирани маркетингови комуникации, София 2002;
7. Камен, Каменов и кол. Управленска диагностика, Свищов, 1995;
8. Кастелс, М. Възходът на мрежовото общество. ИК „ЛИК“, С., 2004;
9. Катранджиев, Хр. Дистрибуционна политика, Стопанство, София, 2008;
10. Катранджиев Хр, Медия планиране на рекламната кампания, Унив. изд-во „Стопанство“ 2006;
11. Костова С. и др. Продаване и управление на продажбите. Тракия – М. 2002;
12. Менчева Л., О. Лозанов. Маркетингови комуникации, Тракия – М, 2003;
13. Мушмов, А. Обърнат маркетинг. CRM – сечиво за пристрастяване на клиенти. Изд. „ФорКом“, 2009;
14. Ненов, Т. Фирмена диагностика и управление на риска, Варна, ИК Теди, 2000;
15. Пийз А., Езикът на тялото. Скритият смисъл на думите, Сиела, 2000 г.;
16. Санд, Г. Принципи на мърчандайзинга в глобален план, София, 2005;
17. Санд, Грегъри. Световна мърчандайзинг енциклопедия, София, 2006;
18. Станимиров, Е. Управление на взаимоотношенията с клиентите: концептуални основи. Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2010;
19. Тонкова, Е. Дистрибуционни модели в условията на е-бизнес. Стено, Варна, 2005;

20. Тонкова, Е. Управление на дистрибуцията, УИ Варна, 2002;
21. Узунова, Ю. Маркетингова диагностика, ИУ-ВАРНА, 2012;
22. Шугарс Б., Ефективни продажби: Незабавен успех, СофтПрес, 2006 г.;
23. Янкулов Я. Продажбата е лесно нещо. УНСС. 2002;
24. Куц, С. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках, Изд. дом „С.-Петербургского государственного университета“, 2008;
25. Buttell, 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;