



## КАТЕДРА "МАРКЕТИНГ"

### ЛИТЕРАТУРА

за държавен изпит на студентите от специалност "Маркетинг"

1. Балева, В. Продуктът: Маркетингови стратегии и политики. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2007.
2. Банчев, П., Кръстевич, Т. Основи на маркетинга. Академично издателство „Ценов”, Свищов, 1999.
3. Банчев, П. Маркетингови продуктови решения. Академично издателство „Ценов”, Свищов, 1997.
4. Благоев, Б. и кол. Управление на ценообразуването. Изд. на ИУ-Варна, 2003.
5. Благоев, Б., Янакиев, В. Управление на ценообразуването. Изд. ИУ-Варна, 1995.
6. Благоев, В. Маркетинг : принципи, сегментиране, позициониране, анализи, стратегии, маркетинг микс /- 2. доп. и прераб. изд. - София : intern. univ., 2003.
7. Брестничка, Р. Управление на търговските марки. Университетско издателство „Стопанство”, София, 2004.
8. Българска асоциация по дигитален маркетинг: етичен кодекс.  
[https://www.capital.bg/getatt.php?filename=o\\_911621.doc](https://www.capital.bg/getatt.php?filename=o_911621.doc)
9. Василева, Б. Маркетингови комуникации: Учебник за студентите от ИУ-Варна, Унив, издателство Наука и икономика, 2015.
10. Велев М. Маркетингови комуникации, София: Софтрейд, 2001.
11. Гантънбайн, Д. Успешни бизнес стратегии: интерактивен маркетинг и управление на клиентите, Софтпрес, 2000.
12. Георгиев, К. Управление на иновациите. Издателство на ТУ- Варна, 2002.
13. Георгиева Е. и кол. Маркетингови анализи. ИУ Варна, 2008.
14. Георгиева Е., Кехайова-Стойчева М., Станимиров Е. Маркетинг – учебно пособие, “Стено”, Варна, 2012.
15. Гочев, Ат. и кол. Конкурентност на българските експортни производства, София, 1997.



16. Грънчарова Б., Сегментиране на пазара и ползи за фирмите предлагащи туристически услуги, Варна, изд. Славена, 2003.
17. Дамянов, Ат., Илиев, Д. Международен маркетинг. Академично издателство „Ценов”, Свищов, 2005.
18. Доганов, Д., Б.Дуранкев. Интегрирани маркетингови комуникации, София, 2002.
19. Доганов, Д. Маркетинг в туризма. Варна: Princeps, 2004.
20. Дуранкев, Б. Фундаментални въпроси на маркетинга и стратегическото управление за 21 век, Blog.bg  
(<http://krizata.blog.bg/technology/2009/09/29/fundamentalni-vyprosi-na-marketinga-i-strategicheskoto-uprav.406574>).
21. Елазаров, С., Б. Найденов. Стокови борси, тържища, борсови сделки. С., 1997.
22. Етичен кодекс на българските медии. <https://www.capital.bg/st.php?page=ek>
23. Етичен кодекс на ПР специалистите в България  
<http://www.bapra.bg/docs/etichen.pdf>
24. Желев, С. Маркетингови изследвания. Университетско издателство „Стопанство”, 2008.
25. Желев, С. Младенова, Г., Кехайова-Стойчева, М., Кръстевич, Т. и кол., Потребителско поведение, София, ИК УНСС, 2018.
26. Желев, С. Маркетингови изследвания за маркетингови решения, Тракия М, 2000.
27. ЗАКОН за защита на потребителите, достъпен на <https://www.kzp.bg/zakoni-i-reglamenti>
28. Иванов, Й. и кол. Управление на ценообразуването – ръководство, ИУ-Варна, 2012.
29. Каракашева, Л. Международен маркетинг. - София : Люрен, 2005.
30. Катранджиев, Хр. Методологически аспекти при разработването на рекламната кампания, Университетско издателство „Стопанство”, 2008.
31. Кехайова-Стойчева, М. Потребителско поведение – втора част, Варна, 2009.
32. Коев, Й. Кратък курс по предприемачество, СТЕНО, 2016.
33. Коноплева Н. А., Сервисология: Човек и его потребности, Москва, Флинта, 2008.
34. Котлър, Ф. Маркетинг 3.0, Изд-во „Локус“, 2010.
35. Котлър, Ф., Картаджая, Х., Сетиаван, А. Marketing 3.0: от продуктите, към клиентите, към човешкия дух. Локус, 2010.



36. Котлър, Филип, Картаджая, Хермауан, Сетиауан, Иуан Маркетинг 5.0, Локус Пбл., 2022, 311 с., 978-954-783-335-7.
37. Котлър, Ф. Как да създаваме, печелим и управляваме пазарите. Класика и стил, 2003.
38. Котлър, Ф. Управление на маркетинга: структура на управлението на пазарното предлагане, Класика и Стил, София, 2002.
39. Кънев, П. Продуктовите иновации в малките и средните предприятия. Свищов, Стопанска академия „Д.А. Ценов”, 2004.
40. Левинсън, Д.К. Партизански маркетинг, Изд-во „Изток-Запад“, 2011.
41. Менчева, Л., Лозанов, О. Маркетингови комуникации, Тракия – М, 2003.
42. Митев, Н., Чиприянов, М. Маркетинг: теория и практика. Академично издателство „Ценов”, Свищов, 2003.
43. Младенова Г. Маркетингови анализи. Тракия, 2000.
44. Младенова, Г. Стратегическо маркетингово планиране, Университетско издателство „Стопанство“, 2008.
45. Младенова, Г. Маркетингово планиране. Университетско издателство „Стопанство”, 2006.
46. Найденов, Н. Международен маркетинг: анализ, стратегии, реализация. Университетско издателство „Стопанство”, 1999.
47. Национални етични правила за реклама и търговска комуникация в Р България: <http://www.nss-bg.org/kodeks.php>;
48. Нецева-Порчева, Т. Ценообразуване на база ценност – в търсене на печеливши ценови решения, ИК–УНСС, София, 2012.
49. Обединен кодекс на Международната търговска камара (Advertising and Marketing Communication Practice Consolidated ICC Code <https://iccwbo.org/publication/icc-advertising-and-marketing-communications-code/>);
50. Славова, М., Петров, М. Как да превърнем идеята в продукт. PRINCEPS, първо издания, Варна, 1996.
51. Станимиров, Е. CRM (мениджмънт), Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2013.
52. Станимиров, Е. Управление на търговската марка: учебно пособие. Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2010.



53. Станимиров, Е., Жечев, В. Търговска марка и бранд мениджмънт : Учебно помагало. Изд. „Наука и икономика“, ИУ-Варна, 2013.
54. Станимиров, Е., Жечев, Вл. Маркетинг на бизнес организациите. Изд. “Наука и икономика”, ИУ – Варна, 2015.
55. Станимирова, М. и кол. Аграрен маркетинг. Изд. “Наука и икономика”, ИУ – Варна, 2013.
56. Стоянов, Д. Маркетинг в индустрията. София: „Дионис”, 2006.
57. Томс, Ж., Интернет рекламата. Мисията възможна, София: Сиела, 2005.
58. Тонкова, Е., Управление на дистрибуцията, Унив. изд. Наука и икономика, 2023, 148 с., 978-954-21-1147-4.
59. Тонкова, Е., Петрова, Д. Асортиментни решения в условия на криза. // Маркетингът - реалност и проекции в бъдещето : Сб. докл. от междунар. науч. конф., Варна : Унив. изд. Наука и икономика, 2012, с. 479 - 487.
60. Тонкова, Е., Павлова, Д. Продуктов мениджмънт : Задачи, тестове и казуси [за студентите от ИУ - Варна]. Варна : Наука и икономика, 2022, 90., ISBN(печатно) 978-954-21-1112-2
61. Узунова Ю. и кол. Маркетинг, “Наука и икономика”, Варна, 2010.
62. Узунова, Ю., Николова, А. Маркетингови разчети. ТУ-Габрово, 1999.
63. Узунова, Ю. Маркетингов мениджмънт, ИУ-Варна, 1992.
64. Узунова, Ю. Маркетингов план, София: Ромина, 1999.
65. Узунова, Ю., Василева, Б. Пазарни и маркетингови изследвания: ръководство за семинарни упражнения, Университетско издателство, Икономически университет, Варна, 2003.
66. Узунова, Ю., Василева, Б. Приложни маркетингови изследвания, София: Ромина, 2003.
67. Узунова, Ю., Василева, Б. Бранд инженеринг. Методични указания, проектиране, инструментариум, Варна, Изд-во „Делник”, 2012.
68. Узунова, Ю., Василева, Б. и кол. Международен маркетинг : ИУ - Варна / Варна : Унив. изд. на ИУ, 2012.
69. Дамянов, Ат., Горчева, Т., Илиев, Д. Учебно пособие по международен маркетинг и международни пазари. Свищов : акад. изд, 2001.



# ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

СЕРТИФИЦИРАНА СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА КАЧЕСТВОТО ISO 9001:2015

9002 Варна • бул. "Княз Борис I" 77 • Телефон 052 643 360 • Телефакс 052 643 365 • www.ue-varna.bg

70. Цветков-Голубарев, Цв. Ценова политика - маркетинг в международния бизнес, София, 1993.
71. Янков, Н. Маркетинг и маркетингов мениджмънт. Свищов, 2000.
72. Янков, Н., Горанова, П. Маркетинг (и маркетингов мениджмънт). Академично издателство „Ценов“, Свищов, 2003.
73. Barns, P. Entrepreneurship and small business. Second edition. Palgrave Macmillan, 2007.
74. Debruynе, M. Customer Innovation. КР, 2014.
75. INCOTERMS <https://iccwbo.org/resources-for-business/incoterms-rules/>;
76. Keller, K. Strategic Brand Management: Global Edition. Pearson Higher Ed, 2013.
77. Kotler, Ph. et al. Marketing Management. Pearson, 3rd ed., 2016.

06.03.2024 г.

Ръководител катедра:

/доц. д-р В. Жечев/