

Рекомендовані джерела інформації

Базова література

1. Багиев Г.Л. Маркетинг :Учебник / Под ред. Г.Л. Багиева Г.Л. Багиев , В.М. Тарасевич - СПб. : Питер, 2012. – 560 с.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством : монографія / Л. В. Балабанова, С. В. Чернишева / МОНУ, ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – 280 с.
3. Будрин А. Г. Взаимодействия и взаимоотношения предприятий в рыночной среде: методологические и концептуальные аспекты. – СПб.: СПбГИЭУ, 2008. – 167 с.
4. Гембл П. Маркетинг взаимоотношений с потребителями/ Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. – Пер. с англ. В. Єгорова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 512с.
5. Гордон Я. Маркетинг партнерских отношений / Я.Гордон/ Пер. с англ. под ред. О.А. Третьяк – СПб.: Питер, 2001. – 384 с.
6. Дойль П. Маркетинг менеджмент и стратегии / П. Дойль, Ф. Штерн / Пер. с англ. – 4-е изд. – С-Пб. : Питер, 2007. – 544 с.
7. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. 2-е изд. Пер. с англ. Учебник. Гриф УМЦ "Профессиональный учебник" (Серия "Зарубежный учебник") / Дж. Иган. - М.: ЮНИТИ, 2012. – 375 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер, К.Л. Келлер; пер. с англ. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 810 с.
9. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ламбен Ж.-Ж., Чумпитас Р., Шулинг И. - 2-е изд./Пер с англ. Под ред. В.Б.Колчанова – СПб: Питер, 2014.– 720 с.
10. Маркетинг: навчальний посібник / Орлов П.А., Косенков С.І., Прохорова Т.П. та ін. – Х.: ВД «Інжек», 2012. – 528 с.
11. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр. / М. А. Бек, Н. Н. Бек, Е. В. Бузулукова и др.; под науч. ред. М. Ю. Шерешевой ; Нац. исслед. ун-т "Высшая школа экономики". - М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. - 446 с.
12. Пепперс Д. Управление отношениями с клиентами: Как превратить базу ваших клиентов в деньги / Дон Пепперс, Марта Роджерс; пер. с англ. Д.Л. Раевской. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 336 с.
13. Райхельд Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Райхельд Фредерик Ф., Тил Томас. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2005. – 384 с.
14. Шерешева М.Ю. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 446 с.
15. Шинкаренко В.Г. Маркетинг взаємовідносин АТП з основними партнерами / В.Г. Шинкаренко, И.В. Федотова. – Харьков, ХНАДУ, 2012. – 232 с.

Допоміжна

1. Вайлунова Ю.Г. Развитие межорганизационных связей как инструмента повышения конкурентоспособности бизнес-субъектов // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2015. – №3(43). – Режим доступа: <http://eeeregion.ru/article/4302/>
2. Власов С.А. Временные кластеры как форма межорганизационных взаимодействий // Креативная экономика. – 2013. – № 9 (81). – с. 33-42.
3. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия / Лавлок К. – М.: Вильямс, 2005. – 1008 с.
4. Маркетинг взаємодії: сучасна теорія і практика: монографія / [Н.В. Попова, А.В. Катаєв, О.Б. Андрущенко та ін.] – Харків: ФОП Панов А.М., 2016. – 396 с.
5. Моисеева Н.К. Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: Учеб. пособие / Моисеева Н.К., Коньшева М.В. / Под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 304 с.
6. Моисеева Н.К. О возможности оценки влияния межорганизационных взаимодействий компании на результаты ее деятельности / Моисеева Н.К., Стерлигова А.Н. // Менеджмент в России и за рубежом. - №3. – 2013. – С. 10-19.
7. Томпсон Х. Кто увел моего клиента? Выигрышные стратегии формирования и поддержания лояльности клиентов / Томпсон Х. / Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 336 с.
8. Федотова І.В. Система загального управління взаємовідносинами підприємства з основними партнерами / І.В. Федотова // Економіка транспортного комплексу: збірник наукових праць. – Х.: ХНАДУ, 2015. – Вип. 26. – С. 37-49.
9. Чевертон П. Работа с VIP-клиентами: Практические приемы управления ключевыми клиентами / Чевертон П. / Пер. с англ.; Под ред. О.Б. Максимовой. – Днепропетровск.: Баланс-Клуб, 2004. – 360 с.
10. Чухрай Н. І. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія / Н. І. Чухрай, Я. Ю. Криво-ручко. – Львів.: Растр-7, 2008. – 360 с.
11. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний: курс лекций. – М.: НИУ Высшая школа экономики, 2010. – 339 с.

Інформаційні ресурси

1. <http://portal.khadi.kharkov.ua/>
2. http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/rm_theory.htm
3. <http://eclib.net/21/index.html>
4. <http://www.management.com.ua/marketing/mark165.html>
5. <http://marketopedia.ru/61-marketing-otnoshenij.html>
6. <http://www.mar-keting.ru>
7. <http://www.aup.ru/marketing/>

