Список источников литературы

1. Большой энциклопедический словарь. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Большая Российская Энциклопедия; СПб.: Норринт, 2004. –1456 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. В.Б. Боброва. /Под общ. ред. Е.М. Пеньковой. – М.: Прогресс, 1991.
3. Николаева И. П. Экономический словарь. – Москва: Проспект, КНОРУС,2010. –160с.
4. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Старадубцева Е.Б. Современный экономический словарь, 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М,1999. – 479 с.
5. Экономика: учебник для 10-11 кл. / Под ред. Н.Н. Думной и А.Г. Грязновой. – М.: Интеллект-Центр, 2008.
6. Маркетинг и современность. Сборник научных статей к научно- практическому круглому столу на тему: «Актуальные маркетинговые технологии в развитии российской экономики» от 12 декабря 2011 года / Под общ. ред. С.В. Карповой; отв. ред. И.А. Фирсова. – М.: «Палеотип», 2012. – 296 с. <http://www.fa.ru/chair/mark/research/Documents/Modern.Marketing.2012.pdf>