**ТОП-50 лучших книг по маркетингу десятилетия (2005 – 2015)**

**По версии Гильдии Маркетологов**

**Весна 2015 года**

Представляемый Вашему вниманию список не является рейтинговым или ренкинговым. Книги в каждом из пяти разделов представлены в алфавитном порядке, по фамилии автора.

Список является результатом коллективной работы Совета Гильдии Маркетологов и Научного Совета Гильдии, состоящего и 18 докторов наук.

**1. Общий маркетинг**

1. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бэст. – М.: МИФ, 2015.
2. Бэквит, Г. Продавая незримое / Г. Бэквит. – М.: Альпина-Паблишер, 2008.
3. Иванов, Л. Маркетинговый конвейер / Л. Иванов. – М.: Иванов и партнеры, 2014.
4. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван. – М.: Эксмо, 2011.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – 5-е европейское издание. – ИД Вильямс, 2014.
6. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – 12-е изд.– СПб.: Питер, 2012.
7. Манн, И. Маркетинг на 100% /И. Манн. – М.: МИФ, 2011.
8. Панкрухин, А. П. Маркетинг /А.П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2007.
9. Рукавишников, А. Интеллектуальный маркетинг/ А. Рукавишников. – М.: ЭКСМО, 2010.
10. Соловьев, Б.А. Маркетинг: учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. – М.: Инфра-М, 2014.

**2. Маркетинговые исследования и анализ рынка**

1. Барден, Ф. Взлом Маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем / Ф. Барден. – МИФ, 2014.
2. Березин, И. Маркетинговые исследования: инструкция по применению / И. Березин. – М.: Юрайт, 2012.
3. Березин, И. С. Маркетинговый анализ: принципы и практика, российский опыт / И.С. Березин. – М.: Вершина, 2007.
4. Данько, Т. П. Количественные методы анализа в маркетинге / Т. П. Данько, И. И. Скоробогатых. – СПб: Питер, 2005.
5. Джеффри, М. Маркетинг, основанный на данных / М. Джеффри. – М.: МИФ, 2013.
6. Линдстром, М.  Buy-ology. Увлекательное путешествие в мозг современного потребителя/ пер. с англ. – М.: ЭКСМО, 2010.
7. Липсиц, И.В. Ценообразование/ И.В. Липсиц. – М.: Юрайт, 2013
8. МакНейл, Р. Маркетинговые исследования в сфере В2В: анализ и оценка рынка товаров для бизнеса / Р. МакНейл. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2007.
9. Малхотра, Н. Маркетинговые исследования: практическое руководство/ Н. Малхотра. – 4-е издание.— М.: Вильямс, 2007.
10. Манн, И. Фидбэк/ И. Манн. – М.: МИФ, 2015.
11. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования: организация и проведение в компании/ Д.В. Тюрин. – М.: Юрайт, 2013.
12. Тюрин, Д. В. Маркетинговый аудит/ Д.В. Тюрин. – М.: Инфра-М, 2014.

**3. Стратегический маркетинг и стратегическое планирование**

1. Андерсон, К. Длинный хвост: новая модель ведения бизнеса/ К. Андерсон. – М.: Вершина, 2008.
2. Качалов, И.В. Планирование продаж с точностью до 90% и выше/ И.В. Качалов. – СПб.: Питер, 2008.
3. Ким, У. Чан. Стратегия голубого океана: Как создать свободную нишу и перестать бояться конкурентов/ У. Чан Ким, Р. Моборн. – 3-е изд.– М.: Hippo, 2008.
4. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг/ Ж.-Ж. Ламбен [и др.]. – СПб.: Питер, 2011.
5. Ландреви, Ж. Библия современного маркетинга. Меркатор. Международный центр финансово-экономического развития/ Ж. Ландреви, Ж. Леви, Д. Линдон, 2007.
6. Левинсон, К. Партизанский маркетинг/ К. Левинсон. – М.: ИД Манн-Иванов-Фербер, 2012.
7. Портер, М.  Конкурентная стратегия/ М. Портер. –  М.: Альпина Паблишер, 2015.
8. Сливотски, А. Управление спросом/ А. Сливотски, К. Вебер. – М.: МИФ, 2013.
9. Траут, Д. Маркетинговые войны/ Д. Траут, Э. Райс. – Спб.: Питер, 2007.
10. Траут, Д. Новое позиционирование. Все о бизнес-стратегии №1 в мире/ Д. Траут, С. Ривкин. – Спб.: Питер, 2007.

**4. Маркетинговые коммуникации**

1. Андерхилл, П. Место действия – торговый центр/ П. Андерхилл. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
2. Каплунов, Д. Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете / Д. Каплунов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
3. Карпова, С. В. Международная реклама. Учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2014.
4. Кафтанджиев, Х. Секс и насилие в рекламе/ Х. Кафтанджиев.– СПб.: Питер, 2008.
5. Кафтанджиев, Х. Герои и красавицы в рекламе/ Х. Кафтанджиев.– СПб.: Питер, 2008.
6. Киселев, В.М. Визуальный мерчандайзинг: теория и практика визуальных коммуникаций в товаропроводящих каналах: учеб. пособие. Изд. 2-е, перераб. и доп. / В. М. Киселев, Т. Н. Парамонова, А. А. Казанцев; РГТЭУ. - Кемерово; М.: Издательское объединение «Россиийские университеты»: Кузбассвузиздат - АСТШ, 2007.
7. Коро, Н. Успешный стиль ведения бизнеса/ Н. Коро, Э. Каракоз.– СПб.: Питер, 2009.
8. Никишкин, В.В. Словарь основных терминов по дистрибуции и мерчендайзингу/ В.В. Никишкин, Л.Н. Мельниченко. – М.: Гребенников Бизнес Бук, 2010.
9. Рекхэм, Н. СПИН-продажи/ Н. Рекхэм. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011.
10. Интегрированные коммуникации/ под ред. О.В. Сагиновой. – М.: изд. дом Академия, 2013.
11. Стелзнер, М. Контент-маркетинг/ М. Стелзнер. – МИФ, 2012.
12. Сьюэлл, К. Клиенты на всю жизнь/ К. Сьюэлл. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2005.
13. Шевченко, Д.А. Реклама. Маркетинг. PR/ Д.А. Шевченко.– М.: РГГУ, 2014.

**5. Брендинг**

1. Аакер, Д. Как обойти конкурентов. Создаем сильный бренд/ Д. Аакер. – СПб.: Питер, 2012.
2. Буланов, А. Бренд 2.0. От философии к практике/ А. Буланов. – М.: Красная Звезда, 2014.
3. Линдстром, М. Чувство бренда. Роль пяти органов чувств в создании выдающихся брендов/М. Линдстром. – М.: Эксмо, 2006.
4. Панкрухин, А. Маркетинг территорий/ А. Панкрухин.– СПб.: Питер, 2006.
5. Сухенко, А. Руководство топ-менеджера: управление обещаниями, стратегии стабильного бизнеса/ А. Сухенко. – СПб.: Питер, 2005.