БИБЛИОГРАФИЯ

1. *Абалкин Л.И.* Эволюционная экономика в системе переосмысления базовых основ обществоведения // Эволюционная экономика и «мэйнстрим». М.: Наука, 2000. С. 7–14.

2. *Авдашева С.Б., Розанова Н.М.* Теория организации отраслевых рынков. М.: ИЧП «Издательство Магистр», 1998.

3. *Азоев Г.Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: ЦЭиМ, 1996. 207 с.

4. *Акофф Р.* Планирование будущего корпорации. М.: Прогресс, 1985. 230 с.

5. *Алаев Э.Б.* Социально-экономическая география. М.: Мысль, 1982.

6. *Амблер Т.* Практический маркетинг / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. 400 с.

7. *Ананьин О.И.* Современная экономическая наука как объект методологической рефлексии // Эволюционная экономика и «мэйнстрим». М.: Наука, 2000. С. 62–76.

8. Англо-русский словарь по экономике и финансам / Под ред. А. В. Аникина. СПб.: Экономическая школа, 1993. 580 с.

9. *Ансофф Н.Э.* Новая корпоративная стратегия / При содействии Э. Дж. Макдоннела / Пер. с англ. СПб.: Питер, 1999. 414 с.

10. *Ардемасов Е.Б., Горбунов А.А., Песоцкая Е.В.* Маркетинг в управлении недвижимостью. СПб.: ИСЭП РАН, 1997.

11. *Аренков И.А., Бичун Ю.А.* Бизнес-коммуникации: новые возможности получения конкурентных преимуществ. СПб.: СПбГУЭФ, 2001. 80 с.

12. *Асаул А.Н.* Экономика недвижимости. СПб.: Гуманистика, 2003.

13. *Асаул А.Н., Войнаренко М.П., Ерофеев П.Ю.* Организация предпринимательской деятельности. СПб.: Гуманистика, 2004.

14. *Асаул А.Н., Иванов С.Н.* Современные проблемы и тенденции формирования системы управления региональным инвестиционно-строительным комплексом // Науч. тр. межд. акад. менеджмента. 2002. Вып. 3.

15. *Асаул А.Н., Скуматов Е.Г., Локтева Г.Е.* Предпринимательские сети в строительстве. СПб.: Гуманистика, 2005.

16. *Асаул Н.А.* Теория и методология институциональных взаимодействий субъектов регионального инвестициono-строительного комплекса. СПб.: Гуманистика, 2004. 280 с.

17. *Бирн Д.* Горизонтальная корпорация: новый метод управления производством // Бизнес уик. 1995. № 7.

18. *Багиев Г.Л.* Маркетинг взаимодействия: Философия организации, инструментарий. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998. 113 с.

19. *Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х.* Маркетинг / Под общ. ред. Г.Л. Багиева. М.: ОАО Изд-во «Экономика», 1999. 703 с.

20. *Баумгертнер В.Ф.* Маркетинг инвестиций. СПб.: Геликон Плюс, 1999.

21. *Баумгертнер В.Ф., Песоцкая Е.В., Эргашев Х.О.* Управление реконструкцией жилой застройкой. СПб.: СПбГУЭФ, 2001.

22. *Безгодов А.В.* Очерки социологии предпринимательства / Под ред. Д. П. Гавры. СПб.: ООО «Издательство “Петрополис”», 1999. 224 с.

23. *Блауберг И.В., Юдин Э.Г.* Становление и сущность системного подхода. М.: Наука, 1973. 270 с.

24. *Бодди Д., Пэйтон Р.* Основы менеджмента / Пер. с англ. СПб.: Питер, 1999. 816 с.

25. *Большаков А.С., Михайлов В.И.* Современный менеджмент: наука и практика. СПб.: Питер, 2002. 416 с.

26. *Бурмистров А., Трифильцева Н., Орлов В.* Заставлять или убеждать? Как предприятия Санкт-Петербурга преодолевают сопротивления организационным изменениям // Журнал для руководителей «Top-Manager». 2002. № 10 (октябрь). С. 9–19.

27. *Вахмистров А.И.* Методология управления развитием инвестиционно-строительного комплекса в мегаполисе: Дисс. ... д-ра экон. наук. СПб.: СПбГАСУ, 2003.

28. *Вебстер Ф.* Изменение роли маркетинга в корпорации // Классика маркетинга / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква. СПб.: Питер, 2001. С. 129–158.

29. *Виханский О.С., Наумов А.И.* Менеджмент: 3-е изд. М.: Гардарика, 1998. 528 с.

30. *Гембл П., Стоун М., Вудкок Н.* Маркетинг взаимоотношений с потребителями / Пер. с англ. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. 512 с.

31. *Гительман Л.Д.* Преобразующий менеджмент: Лидерам изменений и консультантам, по управлению. М.: Дело, 1999. 496 с.

32. *Глазл Ф., Ливехуд Б.* Динамичное развитие предприятия / Пер. с нем. Калуга: Духовное познание, 2000. 264 с.

33. *Глухов В.В.* Менеджмент. СПб.: Лань, 2002.

34. *Голубков Е.П.* Маркетинг: Словарь-справочник. М.: Дело, 2001. 440 с.

35. *Горбунов А.А., Иванов С.Н., Асаул А.Н.* Формирование региональных строительных комплексов в транзитивной экономике. СПб.: Петровский фонд, 1999.

36. *Гордон Я.Х.* Маркетинг партнерских отношений / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. 384 с.

37. *Гуияр Ф.Ж., Келли Дж.Н.* Преобразование организации / Пер. с англ. М.: Дело, 2000. 376 с.

38. *Гэлбрейт Дж.К.* Экономические теории и цели общества / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1976. 406 с.

39. *Данько Т.П.* Развитие методологических основ теории управления маркетингом: Дисс. ... д-ра экон. наук. СПб.: СПбГУЭФ, 1997.

40. *Данько Т.П.* Управление маркетингом (методологический аспект). М.: ИНФРА-М, 1997. 280 с.

41. *Дафт Р.Л.* Менеджмент / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2000. 832 с.

42. *Двас Г.В.* Влияние неопределенности на принятие решений в управлении экономическими системами в переходных экономиках. СПб.: ТООТК «Петрополис», 1999. 36 с.

42. *Джубаев К.Т., Щербаков В.А., Нестров А.В.* и др. Экономика. Организация производства. Менеджмент (опыт, проблемы, перспективы). Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2002. 315 с.

43. *Диксон П.Р.* Управление маркетингом / Пер. с англ. М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. 560 с.

44. *Дойль П.* Маркетинг, ориентированный на стоимость / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. 480 с.

45. *Дойль П.* Менеджмент: стратегия и тактика / Пер. с англ. СПб: Питер, 1999. 560 с.

46. *Доничев О.А.* Создание результативной инновационно-воспроизводственной модели регулирования рынка инвестиционных ресурсов. М.: Nex, 1998.

47. *Дракер П.Ф.* Задачи менеджмента в XXI веке / Пер. с англ. СПб., 2001. 270 с.

48. *Дракер П.Ф.* Управление, нацеленное на результаты / Пер. с англ. М.: Технологическая школа бизнеса, 1994. 191 с.

50. *Дракер П.Ф.* Эффективное управление / Пер. с англ. М.: Изд.-торг. Дом Гранд; ФАИР-ПРЕСС, 1998. 285 с.

51. *Дункан Дж.У.* Основополагающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики / Пер. с англ. М.: Дело, 1996. 272 с.

52. *Егоров А.Ю., Никулин Л.Ф.* Пульсирующий» менеджмент. М.: Изд-во Рос. экон. акад. Екатеринбург: Деловая книга, 1998. 236 с.

53. *Ерохин Д.В., Скляр Е.Н.* Системный подход к управлению сопротивлением изменениям системы управления промышленным предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. № 7–8. С. 68–73.

54. Жилищная политика / Под ред. Г. Поляковского / Пер. с англ. М.: Дело, 1996.

55. *Зайтамл В.* Восприятие потребителем цены, качества и ценности товара, модель целей и средств и синтез доказательств // Классика маркетинга / Сост. Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква. СПб.: Питер, 2001. С. 590–626.

56. *Зинченко В.П., Гордон В.М.* Методологические проблемы психологического анализа деятельности // Системные исследования: Ежегодник, 1976. М.: Наука, 1976. С. 82–123.

57. *Иванов Ю.В.* Трансформация предприятий. М.: Изд-во МАИ: 2000. 68 с.

58. *Истамов В.К.* Маркетинговые стратегии предпринимательства. СПб.: СПбГУЭФ, 2002.

59. *Когут А.Е., Бахарев С.Ю., Шопенко Д.В.* Управление инвестиционной деятельностью на предприятии. СПб.: ИСЭП РАН, 1998.

60. *Коли Э., Яворски Б.* Рыночная ориентация: конструкт, научные предположения и практическое применение в менеджменте // Классика маркетинга / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква. СПб.: Питер, 2001. С. 317–349.

61. *Кондратьев Н.Д.* Проблемы экономической динамики / Ред. колл.: Л.И. Абалкин и др. М.: Экономика, 1989.

62. *Котлер Ф.* Маркетинг-менеджмент / Пер. с англ. СПб.: Питер-Ком, 1999. 896 с.

63. *Котлер Ф.* Маркетинг-менеджмент / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2000. 752 с.

64. *Котлер Ф., Леви С.* Расширение концепции маркетинга // Классика маркетинга / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква. СПб.: Питер, 2001. С. 63–74.

65. *Коуз Р.Г.* Природа фирмы // Теория фирмы / Под ред. В.М. Гальперина. Т. 2. СПб.: Экономическая школа, 1999. С. 11–32.

66. *Кочеврин Ю.Б.* Эволюция менеджеризма. Опыт политико-экономического анализа. М.: Наука, 1985. 223 с.

67. *Кравченко А.И.* История менеджмента. М.: Академический проект, 2002. 556 с.

68. *Круглов М.И.* Стратегическое управление компанией. М: Русская Деловая Литература, 1998. 768 с.

69. *Кругов М.* Экономическая политика России: Пособие для либеральных реформаторов. М.: Институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова, 2000. 96 с.

70. *Кузнецова О.И.* Маркетинговый подход к управлению // Российский экономический журнал. 1992. № 10. С. 65–69.

71. *Кузьбожев Э.Н., Самохвалова Е.В.* Управление структурной динамикой экономики региона: Монография. Курск: Курск. гос. техн. ун-т, 2003. 136 с.

72. *Левитт Т.* Глобализация рынков // Классика маркетинга / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.Л. Моква. СПб.: Питер, 2001. С. 75–91.

73. *Левитт Т.* Маркетинговая миопия // Классика маркетинга / Сост. Б.М. Энис, К.Т. Кокс, М.П. Моква. СПб.: Питер, 2001. С. 11–34.

74. *Люкшинов А.Н.* Стратегический менеджмент: М: Юнити-Дана, 2000. 375 с.

75. *Маевский В.И.* Экономическая эволюция и экономическая генетика // Вопросы экономики. 1994. № 5. С. 4–21.

76. *Мак-Дональд М.* Стратегическое планирование маркетинга. СПб.: Питер, 2000. 320 с.

77. *Максимов С.Н.* Основы предпринимательской деятельности на рынке недвижимости. СПб.: Питер, 2000.

78. Маркетинг / Под ред. А.М. Немчина, Д.В. Минаева. СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2001. 512 с.

79. Маркетинг / Под ред. Н.Д. Эриашвили. М.: Юнити-дана. 623 с.

80. Маркетинг. Энциклопедия. СПб.: Питер, 2002.

81. *Марковский В.И.* Управление изменениями-2 // Журнал для руководителей «Top-Manager». 2001. № 6 (июнь). С. 92–94.

82. *Маслоу А.Г.* Мотивация и личность / Пер. с англ. СПб.: Евразия, 1999. 478 с.

83. *Мильнер Б.З.* Теория организации. М.: ИНФРА-М, 2000. 478 с.

84. *Мильнер Б.З.* Управление знаниями – вызов XXI века // Вопросы экономики. 1999. № 9.

85. *Михайленко А.Г.* Метафизика управления // Персонал-микс. 2001. № 4. С. 29–32.

86. *Михайлов Е.А.* Стратегический менеджмент и стратегический маркетинг: проблемы взаимосвязи и взаимопроникновения // Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 2.

87. *Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента / Пер. с англ. М.: Дело, 1998. 701 с.

88. Менеджмент / Под ред. В.В. Томилова. М.: Изд-во «Юрайт», 2003.

89. Модели и методы управления персоналом / Под ред. Е.Б. Моргунова. М.: ЗАО «Бизнес-Синтез», 2001. 464 с.

90. *Молл Е.Г.* Менеджмент: организационное поведение: М.: Финансы и статистика, 1998. 154 с.

91. *Немчинский А.Б.* Взаимосвязь рыночных структур с формами управления строительным комплексом // Строительство и архитектура. Сер. «Экономика, организация и управление в строительстве». Экспресс-информ.: Зарубеж. и отеч. опыт. 1993. Вып. 3.

92. *Орт А.И.* Инвестиционно-строительный комплекс Санкт-Петербурга: проблемы и перспективы развития. СПб.: МФИН, 2000.

93. Оксфордский русско-английский словарь = The Oxford Russian-English Dictionary / Сост. Маркус Уилер. М.: Барклая и К., 1993. 913 с.

94. *Песоцкая Е.В., Аренков И.А., Юлдашева О.У., Татаренко В.Н.* Маркетинг. Методическая разработка. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002. 255 с.

95. *Питерс Т. Уотермен Р.* В поисках эффективного управления. (Опыт лучших компаний) / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1986. 420 с.

96. *Плотников А.В.* Человеческий фактор в управлении: социально-гуманитарные аспекты менеджмента. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ. 1999. 303 с.

97. *Портер М.* Конкурентные силы и формирование стратегии // Классика маркетинга / Сост. Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Моква. СПб.: Питер, 2001. С. 360–375.

98. *Птускин А.С.* Решение стратегических задач в условиях размытой информации: Монография. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2003. 240 с.

99. *Райс Э., Траут Дж.* Позиционирование: битва за узнаваемость / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. 256 с.

100. *Санталайнен Т.* Управление по результатам. М.: Прогресс, 1993. С. 42–43.

101. *Светуньков С.Г.* Прогнозирование экономической конъюнктуры в маркетинговых исследованиях. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1997.

102. *Светуньков С.Г., Литвинов А.А.* Конкуренция и предпринимательские решения. Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2000. 253 с.

103. Семь нот менеджмента / Под ред. В.П. Красновой, А.С. Привалова. М.: ЗАО «Журнал-Эксперт», 1997.

104. *Сивкова А.А.* Недвижимость: маркетинг, оценка. М., 1996.

105. Советский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1980. С. 1549.

106. *Соколов П.А.* Инвестиционно-строительная деятельность: правовые основы, налогообложение, учет. М.: АИН, 2004.

107. *Тейлор Ф.У.* Принципы научного менеджмента / Пер. с англ. М.: Журнал «Контроллинг», 1991. 104 с.

108. *Тичи Н., Деванна М.А.* Лидеры изменений: Из опыта американских корпораций. М.: Экономика, 1990. 290 с.

109. *Томилов В.В., Еловенко В.Г., Тухаринов Л.Ю.* Управление маркетингом информационных технологий. СПб.: Изд-во «Литера-Плюс», 1999. 132 с.

110. *Томилов В.В., Песоцкая Е.В.* Маркетинг в системе предпринимательства. СПб.: Геликон Плюс, 2000. 519 с.

111. *Уильямсон О.* Экономические институты капитализма: Фирмы, рынки, «отношенческая контрактация» / Пер. с англ. СПб.: Ленинград; CEV Press, 1996. 702 с.

112. Управление – это наука или искусство? / А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тэйлор, Г. Форд / Сост. Г.Л. Подвойский. М.: Республика, 1992. 351 с.

113. Управление персоналом / Под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. М., 1998. 96 с.

114. Управление современной компанией = Management of the modern company / Под ред. Б.З. Мильнера, Ф. Лииса. М., 2001. 585 с.

115. *Фатхутдинов Р.А.* Стратегический менеджмент. М.: ЗАО «Бизнес-школа “ИНТЕЛ-СИНТЕЗ”», 1998. 416 с.

116. *Фестингер Л.* Теория когнитивного диссонанса / Пер. с англ. СПб.: Ювента, 1999. 318 с.

117. *Фирсанова О.В.* Методология исследования взаимодействия субъектов рынка в теории маркетинг-менеджмента: Дисс. ... д-ра экон. наук. СПб.: СПбГУЭФ, 2003.

118. *Хайек Ф.А.*, фон. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. 1989. № 12. С. 6–14.

119. *Хасси Д.* Стратегия и планирование / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2001. 384 с.

120. *Шумпетер Й.* История экономического анализа // Истоки: вопросы истории народного хозяйства и экономической мысли. М.: Экономика, 1989. Вып. 2. С. 220–267.

121. Экономика строительства / Под ред. И.С. Степанова. М.: Юрайт, 2003.

122. *Barnard Ch.* The Functions of the Executive. Cambrige: Harvard University Press, 1962 (1938). P. 28.

123. *Chandler A.D.* The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business. Cambrige. Mass.: Harvard University Press, 1977.