

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ДНР
ГОУВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
Инженерно-экономический факультет

ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ
Образовательный уровень «Магистр»
Направление подготовки 38.04.01 «Экономика»
Приём 2019 года

Донецк – 2019

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Целью вступительных испытаний по специальности на обучение для получения образовательного уровня «МАГИСТР» по направлению подготовки 38.04.01 «Экономика» является выявление уровня знаний, умений и навыков, какими владеют абитуриенты, и их оценка с позиции возможности освоения в ГОУВПО «ДОННТУ» магистерских программ, предусмотренных правилами приема по указанному направлению. Требования к уровню подготовленности абитуриентов соответствуют компетенциям образовательного уровня «БАКАЛАВР» или «СПЕЦИАЛИСТ» родственных направлений подготовки укрупненной группы 38.00.00 «Экономика и управление».

Характеристика содержания программы.

Программа вступительных испытаний структурирована 3 блоками дисциплин: «Экономика предприятия», «Статистика», «Маркетинг», соответствующих профессиональному циклу бакалавриата (или специалитета) родственных направлений подготовки, предусмотренных соответствующими основными образовательными программами.

В билетах соединяются теоретические вопросы в виде тестов и практические задания, которые позволяют оценить способности абитуриентов самостоятельно мыслить, анализировать производственные ситуации, выполнять экономические расчеты и принимать решения для организации и эффективного управления экономическими системами разного уровня и, прежде всего, предприятия.

2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ

Дисциплина «Экономика предприятия»

Тема 1. Предприятие как субъект хозяйств

Понятие предприятия и его признаки. Предприятие как экономический субъект. Цели функционирования предприятия. Основные направления

деятельности предприятия. Правовые основы функционирования предприятий. Классификация предприятий. Виды и организационно-правовые формы объединений предприятий. Производственная структура предприятия.

Тема 2. Основы предпринимательской деятельности

Социально-экономическая природа бизнеса. Предпринимательство как современная форма хозяйствования. Организационные формы предпринимательской деятельности.

Тема 3. Основные фонды предприятия

Основные производственные фонды предприятия: понятие, функции, состав, структура и классификация. Учет и оценка основных производственных фондов предприятия. Износ и воспроизводство основных производственных фондов. Амортизация основных производственных фондов. Особенности расчета амортизационных отчислений различными методами. Показатели состояния, движения и эффективности использования основных производственных фондов. Направления повышения эффективности использования основных производственных фондов предприятия. Понятие производственной мощности. Виды производственной мощности предприятия. Факторы формирования производственной мощности предприятия. Расчет производственной мощности предприятия. Пути повышения эффективности использования производственной мощности предприятия.

Тема 4. Оборотные средства предприятия

Оборотные средства предприятия: понятие, кругооборот, состав, структура, источники формирования и пополнения. Нормирование оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств. Пути повышения эффективности использования оборотных средств предприятия.

Тема 5. Нематериальные ресурсы и активы предприятия

Нематериальные ресурсы и активы: понятие, виды, состав, классификация. Оценка нематериальных активов. Амортизация нематериальных активов.

Тема 6. Трудовые ресурсы предприятия и факторы повышения эффективности их использования

Понятие трудовых ресурсов, кадров, персонала предприятия. Классификация персонала предприятия. Планирование численности персонала на предприятии. Система показателей наличия, движения и эффективности использования персонала инновационного предприятия. Производительность труда: понятие, показатели, методы расчета, резервы, факторы. Трудоемкость: понятие, виды, методы расчета.

Тема 7. Мотивация и оплата труда

Мотивация трудовой деятельности. Заработная плата: сущность, функции, принципы организации. Формы и системы оплаты труда на предприятии.

Тема 8. Производство, качество и конкурентоспособность продукции

Понятие продукции предприятия. Производственная программа предприятия: понятие, место в системе планов, структура, измерители, показатели, этапы и методы планирования. Ресурсное обеспечение производственной программы предприятия. Сущность качества и конкурентоспособности продукции предприятия. Система показателей и методы оценки уровня качества и конкурентоспособности продукции.

Тема 9. Затраты предприятия и себестоимость продукции.

Сущность затрат предприятия и их классификация. Понятие себестоимости продукции предприятия. Калькулирование себестоимости единицы продукции: статьи и методы. Виды себестоимости продукции. Методика распределения накладных расходов предприятия. Показатели затрат и

себестоимости продукции. Пути снижения затрат и себестоимости продукции предприятия.

Тема 10. Ценообразование на продукцию предприятия

Сущность цены, ее функции и роль в деятельности предприятия. Состав и структура цены. Виды цен на продукцию предприятия. Методы ценообразования на продукцию предприятия: затратные, на основе спроса, с ориентацией на конкуренцию и максимальную прибыль, параметрические.

Тема 11. Финансово-экономические результаты деятельности

Сущность финансово-экономических результатов деятельности инновационного предприятия. Доход предприятия: виды и порядок распределения. Прибыль: сущность, функции, виды. Порядок распределения прибыли инновационного предприятия. Система показателей рентабельности.

Тема 12. Экономическая эффективность деятельности предприятия

Эффективность деятельности предприятия: сущность, виды, критерии. Показатели оценки экономической эффективности деятельности предприятия. Оценка экономической эффективности технических и организационных нововведений.

Дисциплина «Статистика»

Тема 1. Основные понятия и принципы статистического исследования

Предмет, объект статистики как общественной науки, размеры и количественные соотношения массовых общественных явлений, закономерности их формирования и развития. Цели и назначения статистических наблюдений, их организационные формы. Разделы статистики. Статистические сведения, их цели и назначение, источники получения статистических сведений. Единая система учета на предприятии.

Тема 2. Этапы статистической методологии

Этапы статистического исследования. Требования, предъявляемые к статистическому наблюдению. Виды и способы наблюдения. Сводки и статистические группировки. Виды статистических сводок и группировок. Статистические ряды распределения, виды и правила их формирования. Обобщающие показатели, используемые в статистике. Абсолютные статистические величины. Относительные статистические величины, их виды и назначение. Средние показатели, виды средних величин, методы вычисления. Назначение и условия использования средних величин. Правило мажорантности при исчислении средних.

Тема 3. Изменчивость значений признака, показатели вариации

Стандартные статистические величины и их распределения, область их применения. Показатели вариации, методы их вычисления, виды дисперсий.

Тема 4. Дисперсионный анализ

Метод аналитической группировки. Факторы, составляющие основу группировки. Общая, межгрупповая и внутригрупповая дисперсии. Определение силы влияния фактора группировки. Корреляционное отношение.

Тема 5. Выборочное наблюдение в статистике

Назначение, преимущества и недостатки выборочного метода. Разновидности выборок, правила их формирования. Вычисление ошибок выборки. Определение объема выборки, способы распространения выборочных данных.

Тема 6. Виды взаимосвязей, корреляционные связи.

Виды и формы взаимосвязей между явлениями, методы их измерения. Основы корреляционно-регрессионного анализа, коэффициенты корреляции

и регрессии, методы их вычисления. Определение существенности взаимосвязей между явлениями.

Тема 7. Анализ рядов динамики

Графические методы в статистике. Понятие и основные элементы статистических графиков, их классификация. Графики динамики. Виды рядов динамики. Показатели динамики: уровни ряда, темпы роста, абсолютный и относительный темп прироста. Средние показатели ряда.

Тема 8. Индексный метод в статистике

Статистические индексы, определение структурных сдвигов и тенденций. Виды статистических индексов: индексы переменного состава, постоянного состава, структурных сдвигов. Расчет индексов, интерпретация значений индексов. Индексный анализ динамики средних величин. Определение абсолютных отклонений на основе индексов переменного состава, постоянного состава, структурных сдвигов.

Дисциплина «Маркетинг»

Тема 1. Сущность и концепции маркетинга

Маркетинг как функция менеджмента и как современная философия бизнеса. Основная терминология: товар, нужда, потребность, спрос, рынок. Виды рынков: товарный, фондовый, труда, услуг; продавца, потребителя; внутренний, международный. Основные концепции маркетинга: концепция совершенствования производства, концепция товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция чистого маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга.

Тема 2. Комплекс маркетинга

Принципы маркетинга и функции маркетинга: аналитическая; производственная; сбытовая; функция управления и контроля. Комплекс

маркетинга 4P и его элементы. Виды маркетинга (по степени охвата рынка, по влиянию на существующий уровень спроса, и др.).

Тема 3. Среда маркетинга

Понятие внутренней и внешней среды маркетинга. Микросреда предприятия. Факторы прямого и косвенного воздействия. Макросреда предприятия. Природные, демографические, научно-технические, экономические, политико-правовые и социально-культурные факторы. Взаимодействие внутренней и внешней среды.

Тема 4. Маркетинговые исследования

Понятие маркетинговых исследований, формы их организации. Основные цели, направления и предметы маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований. Виды исследовательских проектов: разведывательное, описательное и казуальное исследования. Виды маркетинговой информации. Комплексное исследование рынка. Законы спроса и предложения. Ценовая и перекрестная эластичность спроса. Емкость и насыщенность рынка. Уровень конкуренции в отрасли. Сегментация рынка: понятие и признаки сегментации (географический, психографический, поведенческий, демографический).

Тема 5. Товар

Товар в системе маркетинга. Общая характеристика и классификации товаров. Характерные черты услуги. Основные стадии жизненного цикла товара, их характеристика. Задачи маркетинга на различных стадиях жизненного цикла товара. Сущность нового товара в маркетинге. Классификация новых товаров. Содержание этапов разработки нового товара. Генерация идей. Отбор идей. Разработка и проверка концепции нового товара. Разработка маркетингового комплекса для нового товара.

Пробный маркетинг. Коммерциализация. Товарная марка и товарный знак, их маркетинговое значение. Товарный и промышленный ассортимент, товарная номенклатура. Основные количественные характеристики товарного ассортимента. Товарная политика предприятия и ее составные элементы. Конкурентоспособность товара на рынке и ее основные факторы. Методы оценки качества и конкурентоспособности товара. Конкурентоспособность фирмы.

Тема 6. Ценовая политика

Понятие, состав и значение ценовой политики в системе маркетинга. Ценовые цели. Виды цен. Свободные и регулируемые цены. Мировые цены. Франко-цены. Оптовые и отпускные (изготовителя, посредника, торговли). Основные стратегии ценообразования. Стратегические решения относительно ценового уровня, стратегии единых и эластичных цен, дифференцированных цен и др. Методы ценообразования (на основе издержек, спроса, параметрические и др. методы). Методика расчета исходной цены (базовой цены). Этапы расчета цены: установка задач ценообразования, определение спроса на товар, определение затрат, анализ цен товаров конкурентов, выбор метода ценообразования, установление конечной цены.

Тема 7. Товародвижение и сбыт

Сущность товародвижения, сбытовой деятельности. Посредники в сбытовой деятельности. Каналы товародвижения (распределения) товаров и услуг и их функции. Основные характеристики канала: уровень, длина, ширина. Организация сбыта без использования посредников. Преимущества и недостатки прямого сбыта. Организация оптовой торговли. Сущность и функции оптовой торговли. Оптовые посредники в процессе товародвижения продукции. Преимущества и недостатки использования

оптовых посредников. Основные виды оптовых посредников. Оптовики-купцы. Дистрибьюторы и дилеры. Брокеры. Агенты. Розничная торговля, ее сущность и назначение. Функции розничной торговли.

Тема 8. Продвижение товара

Сущность маркетинговой политики продвижения. Понятие маркетинговых коммуникаций. Составляющие маркетинговых коммуникаций, сравнительная характеристика. Формирование спроса (ФОС). Создание положительного имиджа товаров и предприятия на рынке. Фирменный стиль. Реклама в системе маркетинга, ее функции. Виды рекламы: анализ их преимуществ и недостатков. Стимулирование сбыта (СТИС). Методы СТИС покупателей, посредников, торговый персонал. Виды ценовых скидок. Public relation в системе ФОССТИС: понятие и методы. Личная продажа. Ее использование на рынке товаров производственного назначения. Преимущества и недостатки. Особенности применения прямого маркетинга. Упаковка как элемент маркетинговых коммуникаций

Тема 9 Управление маркетингом

Общая схема управления маркетингом. Маркетинг-микс. Планирование в системе управления маркетингом. Основные принципы и задачи планирования в маркетинге. Стратегическое и оперативное планирование. Виды организационных структур службы маркетинга: функциональная, с ориентацией: по товарам, по рынкам, по покупателям, по регионам. Контроль в маркетинге. Основные объекты и показатели контроля.

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ

1. Билет профессионального вступительного испытания уровня профессионального образования «Магистратура» направления подготовки 38.04.01 «Экономика» состоит из восемнадцати заданий трех уровней: I – тестовые задания; II – тестовые задания повышенного уровня сложности; III – задача высокого уровня сложности с развернутым ответом.

2. Задания I уровня включают в себя 15 тестовых заданий базового уровня сложности с выбором одного из четырех представленных вариантов.

Правильный ответ оценивается в 5 баллов.

За неправильный ответ на тестовые задания баллы не даются.

Максимальное количество баллов за первый уровень – 75 баллов.

3. Задание II уровня - 2 тестовых задания повышенного уровня сложности, предполагающие расчет и выбор правильного ответа из четырех представленных вариантов.

Правильный ответ оценивается в 6 баллов.

За неправильный ответ на тестовые задания повышенного уровня сложности баллы не даются.

Максимальное количество баллов за второй уровень – 12 баллов.

4. Задание III уровня - решение задачи высокого уровня сложности с развернутым ответом по 5-ти вопросам. Каждый из 4-ех первых вопросов при полном ответе максимально оценивается в 3 балла, а пятый вопрос (вывод) оценивается 1 баллом в соответствии с критериями табл. 1.

Максимальное количество баллов за третий уровень – 13 баллов.

**Максимальный балл по вступительному испытанию равен 100,
минимальный проходной балл -60.**

Таблица 1

Критерии оценивания решения задачи высокого уровня сложности с развернутым ответом

Номер вопроса	Критерий	Оценка, балл
1, 2, 3, 4	Приведены: формула для расчета и ее компоненты, алгоритм решения; получен правильный числовой ответ с соответствующей единицей измерения	3
	Приведены: формула для расчета и ее компоненты, алгоритм решения; получен неправильный числовой ответ с соответствующей единицей измерения	2
	Приведены: формула для расчета и ее компоненты, не приведен алгоритм решения (приведен неправильный алгоритм решения) , получен правильный числовой ответ с соответствующей единицей измерения	2
	Не приведена формула (приведена неправильная формула) для расчета и ее компоненты, приведен алгоритм решения, получен правильный числовой ответ с соответствующей единицей измерения	2
	Приведена формула для расчета и ее компоненты, не приведен алгоритм решения (приведен неправильный алгоритм решения) , получен неправильный числовой ответ с соответствующей единицей измерения / не соответствующей единицей измерения	1
	Не приведена формула (приведена неправильная формула) для расчета и ее компоненты, приведен алгоритм решения, получен неправильный числовой ответ с соответствующей единицей измерения / не соответствующей единицей измерения	1
	Не приведена формула для расчета и ее компоненты, не приведен алгоритм решения (приведен неправильный алгоритм решения) , получен правильный числовой ответ с соответствующей единицей измерения / не соответствующей единицей измерения	1
	Полное отсутствие формул, алгоритма решения и правильного ответа	0
5	Сформулирован вывод	1
	Вывод отсутствует	0

4. ЛИТЕРАТУРА

Дисциплина «Экономика предприятия»

1. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс]: учебник для вузов / О. В. Баскакова, Л. Ф. Сейко. - 18 Мб. - Москва: Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2013. - 1 файл. - Систем. требования: Acrobat Reader.
2. Галиев, Ж.К. Экономика предприятия : общий курс с примерами из горной промышленности : учебник для вузов / Ж. К. Галиев ; ред. совет: Л.А. Пучков и др. - Изд. 2-е, стер. - Москва : Горная книга : Изд-во МГГУ, 2009. - 303с.
3. Кравченко А.А. Экономика предприятия: задачи, тесты, ответы с пояснениями [Электронный ресурс] = Кравченко А.А. Економіка підприємства: задачі, тести, відповіді з поясненнями [Електронний ресурс]: учебно-практическое пособие для ВУЗов / А. А. Кравченко, В. А. Харченко; ГВУЗ "ДонНТУ", Каф. управления производством Ю.В. Бондаренко. - 554 Кб. - Донецк: ГВУЗ "ДонНТУ", 2013. - 1 файл. – Систем. требования: ZIP-архиватор, Microsoft Word.
4. Складенко, В.К. Экономика предприятия : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и другим экономическим специальностям / В. К. Складенко, В. М. Прудников . - Москва : ИНФРА-М, 2007. - 528с.
5. Шепеленко, Г. И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии: учебное пособие / Г. И. Шепеленко. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2010. – 608 с.
6. Экономика и организация производства = Економіка та організація виробництва : учеб.пособ. ВУЗа / В.Г. Герасимчук [и др.] ; Под ред. В.Г. Герасимчука, А.Е. Розенплентера;— Киев : Знание, 2007 . — 678 с.

7. Экономика организации (предприятия, фирмы) : учебник для вузов / О.В. Антонова [и др.] ; под ред. Б.Н. Чернышева, В.Я. Горфинкеля . — Москва : Вузовский учебник, 2008 . — 536с.
8. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах) : учебное пособие для вузов / В. К. Складенко [и др.] ; под ред. В.К. Складенко, В.М. Прудникова. - Москва : ИНФРА-М, 2010. - 256с
9. Экономика предприятия (фирмы) [Электронный ресурс] : учебник для вузов / О. И. Волков [и др.]; Рос. экон. акад. им. Г.В. Плеханова. - 3-е изд., перераб. и доп. - 6 Мб. - Москва : ИНФРА-М, 2007. - 1 файл. - Систем. требования: Acrobat Reader.
10. Экономика предприятия : сборник задач : учебное пособие для вузов / Н. Ф. Ревенко [и др.] ; под ред. Н.Ф. Ревенко. - Москва : Высшая школа, 2007. - 191с.
11. Экономика предприятия : учебник для вузов / А. Н. Романов [и др.] ; под ред. В.Я. Горфинкеля. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. - 767с.
12. Экономика предприятия : учебник для вузов / В. Е. Кантор [и др.] ; под ред. Е.Л. Кантора. - 2-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2007. - 400с.
13. Экономика предприятия : учебник для вузов / В. М. Семенов [и др.] ; под ред. В.М. Семенова. - 4-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2007. - 384с.
14. Экономика предприятия : учебно-методический комплекс : учебное пособие для вузов / М.И. Тертышник . — Москва : ИНФРА-М, 2008 . — 301с.
15. Экономика предприятия [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие: задачник по базовой учебной дисциплине профессионального цикла: укрупненная группа: 38.00.00 "Экономика и управление": направления подготовки: 38.03.01 "Экономика": направленность образовательной программы (профиль): экономика предприятия / Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Донецкий национальный технический

университет", Факультет экономики и менеджмента; ГОУВПО "ДонНТУ", Фак. экономики и менеджмента, Каф. экономики предприятия; сост. Е.В.Заричанская. - 89 Кб. - Донецк: ДонНТУ, 2016. - 1 файл. - Систем. требования: ZIP-архиватор, Microsoft Word.

16. Экономика предприятия = Економіка підприємства: учебник / Й.М. Петрович[и др.]; под общ. ред. Й.М. Петровича . — 2-е изд., испр. — Львов : Магнолія, 2008 . — 580с.
17. Экономика предприятия: тесты, задачи, ситуации : учебное пособие для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под ред. В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева. - 5-е изд., стер. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 335с.

Дисциплина «Статистика»

1. Васильева, Э. К. Статистика [Электронный ресурс] : учеб. для вузов / Э. К. Васильева, В. С. Лялин. - Электрон. дан. (1 файл, 8 Мб). – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1 файл. - Систем. требования: Acrobat Reader.
2. Лялин, В. С. Статистика: теория и практика в Excel : учеб. пособие для вузов / В. С. Лялин, И. Г. Зверева, Н. Г. Никифорова. – Москва : Финансы и статистика : ИНФРА-М, 2010. - 448 с.
3. Минько, А. А. Статистика в бизнесе : руководство менеджера и финансиста / А. А. Минько. – Москва : Эксмо, 2008. - 504 с.
4. Моторин, Р. М. Статистика для экономистов : [учебное пособие для ВНЗ] / Р. М. Моторин, Е. В. Чекотовський ; Р. М. Моторин, Е.
5. Опря, А. Т. Статистика (модульный вариант с программируемой формой контроля знаний) : учебное пособие для вузов / А. Т. Опря ; А. Т. Опря ; ВУЗ "Полтав. ин-т экономики и права", "Открытый Межнарод. ун-т развития человека "Украина"". - Киев : ЦУЛ, 2012. - 448с.
6. Статистика : практикум : учебное пособие / С. О. Матковский [и др.] ; С.О. Матковский, Л.И. Гальков, О.С. Гринькевич та др. ; М-во образования и науки Украины. - Львов : Новый Мир, 2011. - 140с.
7. Статистика : учебное пособие для вузов / С. О. Матковский [и др.] ; С.О.

- Матковский, Л.И. Гальков, О.С. Гринькевич, О.З. Сорочак. - 2-е изд., допол. и испр. - Львов : Новый Мир, 2011, 2012. - 428с.
8. Статистика : учебно-методическое пособие для самостоятельного изучения дисциплины / А. О. Дегтярь [и др.] ; А. О. Дегтярь, Г. И. Мостовой, В. Ю. Бабаев та др. ; Укр. гос. ун-т финансов и международ. торговли, Хар. ин-т финансов . - Киев : Хай-Тек Прес, 2011. - 288с.
 9. Стегней, М. И. Статистика: кредитно-модульный курс : учебное пособие для вузов / М. И. Стегней, И. О. Иртышева ; М.И. Стегней, И. О. Иртышева ; Мукачев. гос. ун-т. - Киев : Кондор, 2012. - 306с.
 - 10.Тарновская, Л. И. Статистика : учебное пособие для вузов / Л. И. Тарновская ; Л. И. Тарновская. - Москва : ИЦ "Академия", 2008. - 320с.

Дисциплина «Маркетинг»

1. Багиев, Г. Л. Маркетинг : учебник для вузов / Г. Л. Багиев [и др.] ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – 3-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : Питер, 2007. – 736 с. : ил. – (Учебник для вузов).
2. Бронникова, Т. С. Маркетинг: теория, методика, практика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т. С. Бронникова. – 245 Кб. – Москва : КНОРУС, 2016. – 1 файл. – (Бакалавриат). – Систем. требования: Acrobat Reader.
3. Годин, А. М. Маркетинг : учебник для вузов / А. М. Годин. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2008. – 652 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг по Котлеру [Электронный ресурс] : как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер ; пер.с англ. В. А. Гольдича, И. А. Оганесовой ; ред.: Г. Б. Трифсик и др. – 5-е изд. – 2 Мб. – Москва : Альпина Паблишер, 2008. – 1 файл. – Перевод изд.: Kotler on Marketing / P.Kotler. – Систем. требования: Acrobat Reader.
5. Маркетинг / В. Руделиус [и др.] = Маркетинг / В. Руделіус [и др.] : учебник для ВУЗов ; ред.-упор. О. И. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 2-е

- укр. изд. – Киев : Консорциум по усовершенствованию менеджмент – образования в Украине, 2008. – 648 с.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для вузов / В. А. Алексунин [и др.]; под ред. В. А. Алексунина. – 6-е изд. – Москва : Изд.-торг. корпорация "Дашков и К", 2008. – 716 с.
 7. Маркетинг и компьютер = Маркетинг і комп'ютер: учеб. пособие / под ред. Ф.И. Евдокимова, Л.В. Тарасьевой. – Донецк: ДонНТУ, 2006. – 540 с.
 8. Маркетинг промышленного предприятия [Электронный ресурс] : учеб. пособие для вузов / О. А. Бородина, И. В. Булах, А. Г. Виноградов [и др.] ; ГОУ ВПО "ДОННТУ". – Изд. 2-е, сокр. - Электрон. дан. (1 файл). – Донецк : ДОННТУ : Донец. политехника, 2017. – Систем. требования: Acrobat Reader. – К 90-летию кафедры экономики и маркетинга ДОННТУ.
 9. Маркетинговый менеджмент / Ф. Котлер [и др.] = Маркетинговый менеджмент / Ф. Котлер [и др.]; пер. з англ. П. Т. Махринского, Н. В. Сакаль ; науч. ред. Т. В. Спиваковская. – 1-е укр. адапт. изд. – Киев : Химджест, 2008. – 720 с.
 10. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.] ; пер. с англ. О. И. Медведь и др. – 4-е европ. изд. – Москва : Вильямс, 2010. – 1200 с.