

ПРИЛОЖЕНИЕ № 28  
к приказу ректора  
Московского гуманитарного университета  
от «27» октября 2023 г. № 529

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и  
воспитательной работе

 А. В. Костина

«27» октября 2023 г.

**ПРОГРАММА ВСТУПИТЕЛЬНОГО ИСПЫТАНИЯ  
В МАГИСТРАТУРУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ  
38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

Москва 2023

Программа вступительного испытания в магистратуру составлена на основе требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавров в соответствии с действующим федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», с рабочим учебным планом, утвержденным ректором АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

#### **Авторы:**

Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента	О.Ю. Минченкова
Доцент кафедры менеджмента	М.О. Алиева
Доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономических и финансовых дисциплин	Е.Б. Крылова
Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономических и финансовых дисциплин	М.А. Симакина
Доктор экономических наук, профессор кафедры прикладной информатики и статистики	О.Э. Башина

#### **Эксперты:**

Кандидат экономических наук, профессор кафедры «Управление проектами» ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления»	Е.А. Выходцева
Доктор экономических наук, профессор кафедры «Логистика» ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления»	В.В. Водянова

#### **ОБСУЖДЕНО**

на заседании кафедры менеджмента «28» сентября 2022 г., протокол № 2,  
на заседании кафедры экономических и финансовых дисциплин  
«26» сентября 2023 г., протокол № 2,  
на заседании кафедры прикладной информатики и статистики  
«25» сентября 2023 г., протокол № 2.

#### **ОДОБРЕНО**

Методической комиссией факультета экономики, управления и  
международных отношений «05» октября 2023 г., протокол № 2.

### **Общие положения**

1. Программа вступительного испытания в магистратуру сформирована на основе требований к обязательному минимуму содержания и уровню подготовки бакалавров в соответствии с действующим федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».
2. Программа вступительного испытания предназначена для поступающих на направление подготовки 38.04.02 Менеджмент, магистерские программы: «Управление бизнес-проектами», «Маркетинговые стратегии в цифровой экономике», «Интернет-маркетинг и бизнес-аналитика рынка».
3. В программу включены вопросы для подготовки к вступительному испытанию с указанием основных дидактических единиц и список основной и дополнительной рекомендуемой литературы.
4. Вступительное испытание проводится в письменной форме, по вопросам, утвержденным выпускающими кафедрами: «Менеджмента», «Экономических и финансовых дисциплин» и «Прикладной информатики и статистики». Всего 50 вопросов. Поступающий однократно сдает вступительное испытание.
5. На выполнение вступительного испытания отводится 2 академических часа (90 минут). Во время проведения вступительного испытания их участникам и лицам, привлекаемым к их проведению, запрещается иметь при себе и использовать средства связи. Участникам вступительных испытаний не разрешается иметь при себе и использовать справочные материалы и электронно-вычислительную технику.
6. Ход вступительного испытания и итоговый балл отражаются в протоколе вступительного испытания.

### **Шкала оценивания результатов и минимальное количество баллов вступительного испытания**

1. Результаты экзамена оцениваются по 100-балльной шкале. Верный ответ на вопрос оценивается в 2 балла.
2. Минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания – 60 баллов. При получении менее 60 баллов вступительное испытание считается не сданным.

## **Примерные вопросы и программа вступительного испытания**

### **Менеджмент:**

#### **1. Эволюция науки управления и концепций менеджмента**

Одномерные школы управленческой мысли: научного управления, классическая (административная) школа, человеческих отношений и поведенческие науки.

#### **2. Менеджмент: методология и организация, современные тенденции развития менеджмента в России.**

Сущность и цели управления. Менеджмент как особый вид управления: основные черты, направления, организационный механизм. Синтетические школы менеджмента: системный, процессный, ситуационный. Современные методологические подходы. Концепция развития российского менеджмента: особенности, перспективы, проблемы.

#### **3. Организация как социотехническая система, менеджерский анализ ее внутренней и внешней среды. Принципы построения структуры организации.**

Природа организации, ее функции и цели. Типология организаций. Взаимодействие организации со средой: “открытые” и “закрытые” организации. Факторы воздействия внешней среды на организацию. Внутренние переменные организации, их характеристика и взаимосвязь. Принципы построения структуры организации. Разделение труда, сочетание полномочий и ответственности. Типы организационных структур.

#### **4. Интеграционные процессы в менеджменте, принятие решений и коммуникации.**

Управленческие решения: сущность, содержание, виды решений, факторы повышения качества решений. Типовая модель принятия управленческих решений. Методы принятия решений. Коммуникации в менеджменте. Элементы коммуникационных сетей, виды коммуникаций. Современные информационные технологии в управлении.

#### **5. Функции менеджмента, их характеристика и взаимосвязь; планирование, организация, контроль, мотивация и руководство.**

Методологический подход к содержанию функций управления. Природа и классификация функций, их особенности и взаимосвязь в управленческом цикле. Целеполагание в процессе менеджмента. Функция организации в механизме менеджмента. Организационное проектирование. Сущность и формы внутрифирменного контроля. Характеристика эффективного контроля. Мотивация и стимулирование деятельности в

менеджменте. Сочетание централизации и децентрализации в управлении.

## **6. Факторы формирования и развития организационной культуры в организации. Социальная ответственность и этика организации.**

Роль организационной культуры в системе менеджмента. Факторы формирования и развития культуры организации. Национальное в организационной культуре. Элементы культуры организации. Взаимосвязь культуры и стратегии организации. Социальная ответственность и этика современной организации.

## **7. Персонал менеджмента.**

Власть и лидерство в менеджменте, современный стиль управления. Власть и партнерство в управлении, формы власти. Концепции лидерства. Понятие и классификация типов руководства. Управленческая этика. Персонал менеджмента фирмы. Модель менеджера, профессионально-нравственные качества. Функции менеджера.

## **8. Формирование группового поведения в организации.**

Особенности формирования и управления группой в современной организации. Общее понятие группы. Типология групп. Характеристика группы: размер, состав, структура, культура (этика) группы, совместимость, групповая мотивация. Формальные и неформальные группы, их значимость и взаимодействие. Роль лидера в группе. Этапы развития группы, их характеристика. Особенности формирования и управления группой. Содержание понятия лидерства в управлении организацией.

## **9. Управление изменениями в организации.**

Современные тенденции развития организации. Типы изменений в организации. Стили проведения изменений. Формы проявления сопротивления работников изменениям. Методы преодоления сопротивления организационным изменениям.

## **10. Квалиметрия, ее роль в управлении качеством. Показатели и методы оценки уровня качества продукции и услуг.**

Понятие «квалиметрия». Квалиметрия как отрасль науки, ее роль в управлении качеством. Понятие «уровень качества продукции (услуг)». Показатели качества продукции. Показатели качества услуг. Дифференциальный, комплексный и смешанный методы оценки уровня качества. Использование методов оценки уровня качества в практике управления качеством.

## **11. Методологические аспекты исследования систем управления.**

Роль и значение системных исследований. Системы как объект

исследования. Особенности моделирования и экспериментирования в исследовании систем управления. Основные методологические подходы к исследованию. Системный анализ как основа исследования. Методы и модели системных исследований.

## **12. Процесс исследования систем управления.**

Планирование и организация исследования. Формализованные и неформализованные процедуры исследования. Оценка результатов исследования. Внедрение результатов исследования в практику управления.

## **13. Базовые стратегии организации: понятия и методы выбора**

Стратегия предприятия, бизнеса. Стратегическое управление. Понятие управление. Предмет теории стратегического управления. Процесс стратегического менеджмента. Стратегическая позиция.

## **14. Этапы стратегического менеджмента**

Стратегия низкоценового лидерства. Стратегия дифференциации. Стратегия фокусировки. Основные характеристики базовых стратегий. Вертикальная интеграция. Связанная диверсификация. Несвязанная диверсификация. Стратегии концентрированного роста. Стратегия усиления позиции на рынке. Стратегия развития рынка. Стратегия развития продукта. Стратегии интегрированного роста. Стратегия обратной вертикальной интеграции. Стратегия вперед идущей вертикальной интеграции. Стратегии диверсифицированного роста. Стратегия центрированной диверсификации. Стратегия горизонтальной диверсификации. Стратегия конгломеративной диверсификации. Стратегия ликвидации. Стратегия «сбора урожая». Стратегия сокращения. Стратегия сокращения расходов.

## **15. Методология и организация разработки и принятия управленческих решений.**

Место решения в процессе управления. Особенности управленческих решений. Классификация решений. Методологические основы разработки управленческого решения. Организационные аспекты разработки и принятия управленческих решений. Контроль решений и ответственность. Оценка эффективности решений.

## **16. Технология разработки и принятия управленческих решений.**

Моделирование процесса принятия решений. Основные стадии процесса разработки, принятия и реализации решений. Методы разработки решений. Оптимизация решений.

## **17. Методы оценки эффективности инвестиционных проектов.**

Виды инвестиций. Значение временной стоимости денег для анализа

инвестиций. Методы оценки инвестиционных проектов. Метод NPV, IRR. Период возврата. Метод срока окупаемости.

#### **18. Управление качеством: сущность, принципы и основные методы.**

Понятие «управление качеством». Значение управления качеством. Общие и общесистемные принципы управления качеством. Общие функции управления качеством. Элементы системы качества. Специальные принципы управления качеством. Условия и факторы, влияющие на функционирование системы качества. Компоненты и звенья механизма управления качеством. Роль и классификация методов управления качеством. Экономические методы. Организационно-распорядительные методы. Социально-психологические методы. Технологические методы. Экспертные методы в управлении качеством.

#### **19. Управление персоналом современной организации: цели, функции и организационная структура кадровых служб.**

Понятие персонала. Персонал как объект менеджмента. Эволюция взглядов на управление человеческими ресурсами. Современные тенденции управления персоналом в рыночной экономике: зарубежный и отечественный опыт. Цели и функции управления персоналом. Система методов управления персоналом, их классификация, области применения и взаимосвязь. Роль кадровой службы и ее место в структуре организации. Виды организационных структур управления персоналом.

#### **20. Планирование и механизм реализации кадровой политики организации.**

Сущность кадровой политики организации. Роль и место кадрового планирования в стратегии организации. Методы прогнозирования и планирования потребности в персонале. Этапы планирования потребностей в персонале. Организация найма персонала. Внутренние и внешние источники набора, их преимущества и недостатки. Цели, формы, методы и критерии отбора персонала.

#### **21. Оценка результативности труда работников.**

Сущность и цели деловой оценки. Формы и методы оценки персонала. Нормативные основы и технология проведения аттестации руководителей и специалистов. Психологические аспекты проведения аттестации работников в организации.

#### **22. Развитие и обучение персонала организации.**

Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров: цели, формы, содержание. Методы развития персонала вне- и внутри организации. Концепция непрерывного

профессионального образования. Понятие карьеры, ее стадии и методы планирования.

### **23. Мотивация и стимулирование труда персонала.**

Характеристика основных содержательных и процессуальных теорий мотивации и их использование в деятельности современной организации. Сущность мотивации и стимулирования труда. Мотивационный процесс. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Практическое использование теорий мотивации.

### **24. Инновационный менеджмент и его связь с экономическими процессами.**

Экономический рост, динамические характеристики развития и инновация. Понятие инновационного менеджмента, связь с другими научными дисциплинами. Этапы развития инновационного менеджмента. Цели инновационного менеджмента. Инновационный процесс, его виды и этапы.

### **25. Инновационные организации и управление ими.**

Понятие инновационной фирмы. Классификация инновационных организаций. Инновационный потенциал компании и возможности его оценки. Типы инновационного поведения фирмы: эксплерент, коммутант, виолент, пациент. Венчурный бизнес. Персонал научных организаций, его виды. Инновационный менеджер на современном предприятии: определение, основные требования, цели деятельности.

### **26. Правовая и государственная защита инноваций и инновационной деятельности.**

Рынок новшеств и его правовая поддержка. Государственное регулирование инноваций: общемировые тенденции и опыт США, Японии, стран Евросоюза. Государственная инновационная политика в России: направления, методы, условия реализации. Понятие интеллектуальной собственности, виды объектов интеллектуальной собственности.

### **27. Управление проектами в современном обществе**

Понятие, виды, признаки и состав проекта. Цели проекта. Необходимость управления проектами. Назначение и эффективность управления проектами. Результат проекта. Принципы и методы управления проектом. Принципы взаимодействия участников проекта. Экономические, социально-психологические и организационные методы управления проектом. Понятие жизненного цикла проекта и его фазы. Взаимосвязь жизненных циклов проекта, продукта и организации. Понятие окружения проекта, «ближнее» и «дальнее» окружение проекта. Факторы влияния окружения на проект.



## **28. Разработка концепции проекта**

Инвестиционный замысел (идея) проекта. Предварительная проработка целей и задач проекта. Осуществимость проекта, критерии оценки. Ходатайство (декларация) о намерениях. Роль начальной (прединвестиционной) фазы проекта. Проектный анализ. Оценка жизнеспособности и финансовой реализуемости проекта. Техно-экономическое обоснование проекта.

## **29. Управление жизненным циклом проекта**

Характеристика основных этапов жизненного цикла проекта. Инициация проекта. Содержание проекта и продукции проекта. Контроль содержания проекта. Методы мониторинга и анализа содержания проекта. Использование моделей содержания проекта. Дерево целей и задач. Структурное разбиение (структурная декомпозиция) работ. Методы выявления и преодоления конфликтности целей. Структура продукции проекта. Управление изменением содержания проекта. Развивающиеся и открытые проекты. Применение функционально-стоимостного анализа при управлении содержанием на стадии реализации проекта.

Планирования проекта, понятие и уровни. Разбиение работ, назначение ответственных, определение основных вех. Определение времени проекта. Детальное и сетевое планирование, их связь. Диаграмма Ганта. Ресурсное планирование. Документирование плана проекта.

## **30. Управление реализацией и завершением проекта**

Состав подсистем управления реализацией проекта. Особенности подсистем управления проектом на стадии его реализации. Процессный подход – термины и определения. Состав процессов реализации проектов. Особенности процессов контроля на стадии реализации. Прогнозирование хода реализации проекта. Основы планирования и выполнения корректирующих и предупреждающих мероприятий. Анализ выполнения планов. Принятие управленческих решений. Отчетная документация, ее место в управлении реализацией проекта.

Принципы управления стоимостью проекта. Методы и средства мониторинга и контроля выполнения работ. Метод освоенного объема. Отчетность и анализ результатов работ. Методы принятия решений по отклонениям. Прогнозирование реализации проекта. Корректирующие и предупреждающие мероприятия.

Цели и задачи контроля и регулирования проекта. Мониторинг работ по проекту. Управление изменениями. Завершение проекта. Пусконаладочные работы. Приемка объектов в эксплуатацию. Закрытие и выход из проекта. Организация проведения экспертизы и сдачи проекта

(продукции проекта). Подготовка кадров для эксплуатации. Выявление и завершение невыполненных обязательств. Паспортизация проекта. Проверка итоговой отчетности.

### **31. Организационная структура проекта**

Понятие и определения субъектов управления проектами. Состав участников проекта, их роль и функции. Руководитель проекта. Проекты в различных организационных структурах. Общие принципы построения организационных структур управления проектом. Организационная структура и система взаимоотношений участников проекта. Содержание проекта. Последовательность разработки и создания организационных структур управления проектами. Управление коммуникациями проекта. Основы управления коммуникациями. Обеспечение работы систем передачи информации. Понятие офиса проекта и основные принципы его проектирования. Организация офиса проекта. Виртуальный офис. Развитие структур проектного офиса. Мультипроектное управление и проектный офис. Основные функции проектного офиса. Виды проектных офисов. Проектный офис, центр управления проектами и центр совершенства. Организация и функционирование проектного офиса.

### **32. Управление командой проекта**

Общие основы управления командой проекта. Проектный менеджмент. Классификация команд. Формирование команды и ее развитие в ходе проекта. Документальное обеспечение управления кадрами. Кадровое планирование и управление карьерой. Организационная культура проекта. Методы разрешения конфликтов. Анализ и оценка эффективности деятельности команды. Мотивация командной работы. Кадровые изменения в ходе реализации проекта. Аттестация персонала. Организация переговоров и совещаний. Особенности управления расформированием команды проекта.

### **33. Управление финансами и контроль стоимости проекта**

Цели и задачи финансирования проекта. Источники финансирования. Организация проектного финансирования. Принципы проектного финансирования. Особенности проектного финансирования в развитых странах. Основные понятия управления стоимостью проекта. Оценка стоимости на протяжении проектного цикла. Использование бюджета и сметы на стадии реализации проекта. Методы и средства контроля стоимости проекта. ABC-методы учета и контроля стоимости. Отчетная документация и ее роль в контроле стоимости проекта. Система бухгалтерского и управленческого учета. Прогнозирование отклонений стоимости проекта. Корректирующие и предупреждающие мероприятия.

Управление финансами проекта. Управление денежными средствами проекта. Оперативное бюджетирование проекта. Контроль реализации финансовых схем проекта. Контроль платежной дисциплины. Контроль за оперативными финансовыми результатами проекта. Проведение аудита проекта.

#### **34. Менеджмент качества проекта.**

Основы современного менеджмента качества проекта. Системы менеджмента качества. Особенности управления качеством проекта. Процессы управления качеством на стадии реализации проекта. Методы и средства управления качеством проекта. Оценка качества и статус контроля и испытаний. Прослеживаемость продукции проекта. Сертификация продукции. Стандарты ИСО 9000: 2000. Контроль и обеспечение качества проекта. Классификация видов контроля. Входной, промежуточный и результирующий контроль. Организация проведения контрольных мероприятий. Документация по качеству. Прогнозирование состояния качества проекта.

#### **35. Управление ресурсным обеспечением проекта**

Основные понятия управления материально-техническим обеспечением проекта. Классификация ресурсов. Управление закупками и поставками. Управление комплектацией. Приемка материально-технических ресурсов. Количественные методы управления запасами. Документальное обеспечение управления материально-техническим обеспечением. Управление контрактами на стадии реализации. Элементы претензионной работы. Заккрытие контрактов. Современная концепция маркетинга в управлении проектами. Разработка маркетинговой стратегии проекта. Программа, бюджет маркетинга проекта. Реализация маркетинга проекта. Торги и контракты, их классификация. Порядок проведения подрядных торгов. Разработка тендерной документации. Классификация претендентов. Процедура торгов и утверждение их результатов. Договоры и контракты, их классификация.

#### **36. Управление рисками проекта.**

Риск и неопределенность проекта. Классификация рисков. Организация работ по управлению рисками. Анализ и оценка текущих рисков. Методы управления рисками. Диверсификация рисков. Страхование рисков. Резервирование, хеджирование, гарантии, лимитирование, залог. Корректирующие и предупреждающие мероприятия по снижению неблагоприятных последствий рисков событий. Метод критических цепочек.

### **37. Программное обеспечение проекта.**

Информационные технологии управления проектом, особенности использования на стадии реализации. Программное обеспечение разработки проекта, как основа планирования и контроля. Программное обеспечение мониторинга и контроля реализации проекта. Программное обеспечение командной работы. Использование Internet-технологий в управлении реализацией проекта. Технологии multi-media в управлении реализацией проекта. Внедрение информационных систем управления проектом.

### **38. Современное состояние управления проектами.**

Управление проектами как специальная область профессиональной деятельности. Современная концепция управления проектами. Краткая характеристика истории текущего состояния управления проектами в России и за рубежом. Проблемы, результаты и перспективы развития. Профессиональные организации по управлению проектами. Национальные ассоциации управления проектом, Международная ассоциация управления проектом.

### **39. Сущность собственности и ее основные формы в РФ**

Собственность: экономическая и юридическая трактовка. Сущность собственности как экономической категории. Отношения присвоения и отчуждения. Формы собственности. Частная собственность и развитие предпринимательства. Коллективная форма собственности. Общественная и государственная формы собственности. Многообразие форм собственности и форм хозяйствования в современных условиях. Собственность и эффективность. Гражданский кодекс о собственности в Российской Федерации. Право собственности. Экономическая теория прав собственности. Спецификация прав собственности. Доход как экономическая реализация права собственности.

### **40. Рыночная конкуренция: сущность, виды.**

Роль конкуренции в функционировании рыночного механизма. Основные виды и способы конкурентной борьбы. Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция и их последствия для развития экономики. Концентрация. Централизация. Диверсификация. Рыночная власть. Конкуренция и монополия. Федеральный закон «О защите конкуренции». Становление предпринимательства и конкурентной среды в экономике России.

### **41. Экономическое поведение потребителя.**

Теория потребительского поведения. Потребительские предпочтения (их формирование, транзитивность). Функция полезности. Кривые

безразличия. Карта безразличия. Форма кривых безразличия (особые случаи). Свойства стандартных кривых безразличия. Норма замещения. Предельная норма замещения. Индивидуальные различия в предпочтениях.

Бюджетные ограничения. Бюджетная линия. Влияние изменения цены товаров и дохода потребителя на бюджетную линию.

Потребительский выбор. Положение равновесия в потреблении. Потребительские излишки.

Поведение потребителя и классификация спроса: функциональный и нефункциональный спрос.

#### **42. Экономический рост: сущность, способы измерения, типы, факторы.**

Понятие труда и производства. Общественное производство как совокупность материального и нематериального производства. Экономические блага и экономические ресурсы. Взаимозамещение и взаимодополнение благ. Общие черты материального производства. Факторы производства: труд, земля, капитал. Предпринимательские способности. Роль информации в современном производстве. Взаимодействие факторов производства. Понятие воспроизводства. Фазы воспроизводства: собственно производство, распределение, обмен, потребление и взаимосвязь между ними.

#### **43. Понятие производства и воспроизводства. Фазы воспроизводства и их взаимосвязь.**

Экономический рост: понятие, подходы к анализу. Цели, эффективность и качество экономического роста. Экономический рост и экономическое развитие. Способы измерения экономического роста. Экстенсивный и интенсивный тип экономического роста. Экономический рост и кривая производственных возможностей. Факторы, способствующие и сдерживающие экономический рост. Экономический потенциал страны. Инвестиции и экономический рост. Валовые и чистые инвестиции. Основные направления инвестиционных расходов (производственные инвестиции в основной капитал, инвестиции в жилищное строительство, инвестиции в товарно-материальные запасы). Капиталовооруженность труда и производительность. Рост производительности труда и экономический рост. Последствия экономического роста.

#### **44. Содержание и роль финансового анализа. Финансовая отчетность.**

Финансовый анализ как составная часть общего анализа хозяйственной деятельности экономических субъектов. Необходимость, цели и задачи финансового анализа. Внутренний и внешний финансовый

анализ. Экспресс-анализ и детализированный (углубленный) финансовый анализ.

Роль финансового анализа в принятии управленческих решений. Взаимосвязь финансового и управленческого анализа. Методы и приемы финансового анализа. Система коэффициентов, характеризующих финансовое состояние организации. Информационное обеспечение финансового анализа. Состав и содержание финансовой отчетности. Реформирование бухгалтерского учета и отчетности в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности. Бухгалтерский баланс как источник аналитической информации. Отчет о финансовых результатах и его использование для оценки хозяйственной деятельности. Отчет о движении денежных средств и его использование в аналитических целях. Пользователи финансовой отчетности как субъекты проведения анализа.

#### **45. Общая оценка финансового состояния экономических субъектов. Оценка финансовой устойчивости экономических субъектов.**

Финансовое состояние как комплексное понятие, отражающее наличие, размещение и использование финансовых ресурсов. Оценка имущественного состояния экономических субъектов. Методы анализа бухгалтерского баланса. Абсолютные показатели, характеризующие финансовую устойчивость экономических субъектов. Типы финансовой устойчивости: абсолютная финансовая устойчивость, нормальная финансовая устойчивость, неустойчивое финансовое состояние, критическое (кризисное) финансовое состояние. Порядок определения типа финансовой устойчивости экономических субъектов. Экономическое содержание и показатели платежеспособности и ликвидности бухгалтерского баланса.

#### **46. Оценка и анализ финансовой деятельности экономических субъектов.**

Порядок формирования финансовых результатов предпринимательской деятельности в сфере производства и торговли. Анализ прибыли и оценка влияния на изменение прибыли факторов финансовой деятельности экономических субъектов. Система показателей для оценки рентабельности, их характеристика, способ расчета. Анализ рентабельности.

Система финансовых коэффициентов. Система показателей для оценки деловой активности. Оптимальное соотношение количественных критериев деловой активности. Показателей оборачиваемости активов, их

характеристика, порядок расчета.

Сущность и характеристики денежных потоков экономических субъектов. Принципы организации управления денежными потоками. Механизмы управления потоками. Прямой метод управления денежными потоками и его оценка. Косвенный метод управления денежными потоками и его оценка. Технология анализа денежных потоков. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности. Основные характеристики функционирования комплексной системы анализа управления денежным оборотом.

Классификация финансовых и предпринимательских рисков. Основные методы количественного анализа рисков. Основы количественного анализа доходности проектов и их инвестиционного риска. Характеристика системы управления рисками. Методы снижения финансового и предпринимательского риска: диверсификация, лимитирование и др. Методы компенсации рискованных потерь – резервирование, страхование и др.

#### **47. Оценка потенциального банкротства экономических субъектов.**

Несостоятельность (банкротство) экономических субъектов как неотъемлемый элемент рыночной экономики. Государственное регулирование несостоятельности (банкротства). Формальные признаки и система критериев для оценки несостоятельности (банкротства) экономических субъектов. Экспресс-диагностика банкротства. Определение коэффициентов текущей ликвидности, обеспеченности собственными оборотными средствами, восстановления (утраты) платежеспособности.

#### **48. Система финансового планирования на предприятии.**

Виды планов. Значение финансового планирования. Методы финансового прогнозирования. Метод процента от продаж: порядок и методика составления. Метод финансовых коэффициентов: порядок и методика составления. Генеральный бюджет организации: структура и методика составления.

#### **49. Финансовый анализ, содержание, значение, виды.**

Понятие и содержание финансового анализа. Специальные приемы и методы проведения анализа. Организация и информационное обеспечение финансового анализа. Виды финансового анализа. Анализ финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия. Анализ финансового состояния предприятия.

#### **50. Управление оборотным капиталом на предприятии.**

Оборотный капитал. Оборачиваемость оборотных активов. Чистый

оборотный капитал. Основные направления в управлении оборотным капиталом. Методы управления запасами, денежными средствами, дебиторской и кредиторской задолженностями.

### **51. Финансовый менеджмент как система управления.**

Значение финансового менеджмента в обеспечении эффективного управления. Сущность финансового менеджмента, его цели, задачи и принципы организации. Функции финансового менеджмента. Финансовый менеджмент как система управления. Основные обязанности финансового менеджера. Субъекты и объекты управления. Финансовый механизм и его основные элементы. Контроль исполнения финансовых решений. Основные направления финансового менеджмента на предприятии. Финансовые службы предприятия.

### **52. Информационная база финансового менеджмента.**

Динамические показатели. Структурные показатели. Методика анализа табличным, графическим и коэффициентным способом. Показатели ликвидности, платежеспособности, кредитоспособности. Показатели финансовой устойчивости. Показатели деловой активности. Показатели рентабельности. Показатели положения на рынке ценных бумаг.

### **53. Финансовые риски: понятие и классификация методы управления.**

Характеристика основных теорий предпринимательских рисков. Сущность предпринимательского риска. Функции предпринимательского риска. Классификация предпринимательских рисков Кейнса. Характеристика системы управления предпринимательскими рисками. Методы снижения предпринимательского риска. Диверсификация, страхование, хеджирование и др. Ответственность и предпринимательский риск.

### **54. Управление товарно-материальными запасами и денежными средствами.**

Значение планирования затрат в современных условиях. Классификация затрат предприятия. Переменные и постоянные издержки, принципы операционного анализа. Валовая маржа. Запас финансовой прочности. Порог рентабельности. Взаимодействие финансового и операционного рычагов и оценка совокупного риска. Пути снижения совокупного риска. Циклы оборота средств предприятия. Управление текущими активами. Основные принципы управления оборотными активами предприятия. Управление запасами. Взаимосвязь и необходимость сбалансированности отдельных видов запасов. Управление



дебиторской задолженностью. Уровень дебиторской задолженности и факторы его определяющие. Формы расчетов с покупателями и их влияние на уровень дебиторской задолженности. Возможности коммерческого кредитования. Формы рефинансирования дебиторской задолженности. Управление денежными активами предприятия. Оптимизация остатка денежных активов с целью обеспечения постоянной платежеспособности.

### **55. Принципы построения бухгалтерского (финансового) учета**

Бухгалтерский (финансовый) учет в информационной системе управления экономикой предприятия. Пользователи информации бухгалтерского (финансового) учета. Обусловленность организации учета на предприятиях требованиями пользователей информации. Финансовый и управленческий учет: цели, сравнительная характеристика, области использования подготавливаемой информации. Финансовый учет как система отражения движения денежных средств в процессе предпринимательской деятельности. Основное содержание бухгалтерского (финансового) учета: оценка состояния и изменений основного и оборотного капитала, собственных и заемных источников финансирования активов предприятия, движения финансовых потоков за отчетный период, а также финансовых результатов. Бухгалтерская отчетность как завершающая стадия финансового учета. Принципы и общие положения международных стандартов финансовой отчетности и их влияние на организацию бухгалтерского (финансового) учета в России. Цели и задачи реформирования бухгалтерского учета в России. Основы концепции бухгалтерского учета в рыночной экономике России.

### **56. Учетная политика организации**

Учетная политика: понятие, значение; факторы, влияющие на формирование учетной политики. Требования, предъявляемые к учетной политике. Структура учетной политики на предприятии. Порядок формирования и применение учетной политики. Элементы учетной политики. Раскрытие учетной политики.

### **57. Бухгалтерская (финансовая) отчетность.**

Концепция бухгалтерской (финансовой) отчетности. Виды бухгалтерской отчетности. Состав и содержание бухгалтерской отчетности. Основные требования, предъявляемые к бухгалтерской (финансовой) отчетности. Взаимосвязь финансового учета с финансовой отчетностью. Бухгалтерский баланс и модели его построения. Правила оценки статей баланса. Раскрытие отдельных статей в приложениях к балансу. Отчет о финансовых результатах. Содержание отчета и взаимосвязь с налоговыми расчетами.

## **58. Взаимосвязь управленческого учета и анализа**

Сущность и значение управленческого учета. Его роль в управлении производством. Организация управленческого учета на предприятии. Объекты, методы, принципы управленческого учета. Влияние технологии и организации производства на построение системы управленческого учета.

## **59. Система калькулирования и анализа себестоимости**

Основы калькулирования себестоимости продукции. Модели формирования издержек в управленческом учете. Себестоимость продукции, ее состав и виды. Приемы анализа себестоимости.

## **60. Цели концепции управленческого учета**

Формирование информации управленческого учета для анализа. Система показателей, отражающих затраты на производство.

## **Маркетинг:**

### **1. Современное понимание маркетинга. Маркетинг и предпринимательство**

Определение предпринимательства как процесса. Маркетинг как база предпринимательства. Современное понятие маркетинга.

### **2. Портфельные стратегии в управлении маркетингом.**

Матрица — БКГ (Boston Consulting Group). Матрица консультационной компании Мак-Кинзи (Дженерал Электрик) - (привлекательность рынка/стратегическое положение предприятия).

### **3. Опишите компоненты мультиатрибутивной модели товара при компенсационном способе оценки получаемых благ**

Сущность понятия «атрибут», атрибуты нижнего уровня, микро- и макроатрибуты. Способы оценки атрибутов. Структура мультиатрибутивной модели товара.

### **4. Определение степени удовлетворения покупательского спроса**

Условия полного удовлетворения рыночного спроса. Определение полезности купленных товаров. Оценка степени удовлетворения покупательского спроса. Определение величины неудовлетворенного спроса.

### **5. Социальные факторы и их влияние на потребительское поведение**

Понятие "социальная стратификация общества" и концепция социального класса. Социальное неравенство и детерминанты социального класса. Особенности процесса социальной стратификации в России.

Феномен "среднего класса", его эволюция и основные тенденции развития.

Социальная стратификация общества и маркетинговая стратегия.  
Особенности покупательских решений социальных классов в России

## **6. Роль и модели потребительского поведения в маркетинге**

Роль потребителей в современном маркетинге. Модель поведения потребителей: типы, характеристики, подходы. Рациональность и иррациональность потребительского поведения. Источники экономического поведения потребителя. Полезность товара для потребителя, максимизация экономической полезности. Степень удовлетворенности нужд и потребностей.

**7. Понятие, виды и принципы маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговых исследований.**  
Обоснование необходимости проведения маркетинговых исследований. Цели, задачи и основные понятия маркетинговых исследований.

Маркетинговая информационная система: сущность и характеристика основных элементов. Поставщики маркетинговой информации и их характеристики.

**8. Основные этапы маркетингового исследования: назначение и перечень основных работ**

Получение заказа на маркетинговое исследование. Обсуждение условий выполнения заказа и составление контракта. Сроки исполнения, формы отчетности.

## **9. Концепции международной маркетинговой деятельности**

Сущность и содержание этноцентрической, полицентрической, региоцентрической и геоцентрической концепций.

## **10. Определение и особенности международного маркетинга**

Определение, инструментарий и принципы международного маркетинга. Особенности международного маркетинга: специфика внешней международной среды; трудности получения маркетинговой информации; величина риска от предпринимательства за рубежом.

## **11. Роль и назначение стратегического маркетинга в компании**

Роль и функции стратегического маркетинга в компании. Понятие потенциала для долгосрочного роста и рентабельности фирмы.

## **12. Охарактеризуйте сущность товарных стратегий**

Понятие товарной стратегии организации. Сущность стратегий инновации, вариации и элиминации товара. Дифференциация и диверсификация товара.

## **13. Маркетинговый коммуникационный комплекс компании**

Закономерности, определяющие параметры коммуникационного комплекса компании. Коммуникационный процесс. Уровни коммуникации для коммерческих предприятий. Условия построения коммуникационного комплекса компании. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

#### **14. Реклама и Public Relations как элементы комплекса маркетинговых коммуникаций**

Определение рекламы. Виды классификаций рекламы. Психология воздействия рекламы на потребителя. Составляющие рекламного процесса. Рекламная кампания, как вид деятельности организации. Оценка эффективности рекламной деятельности.

Public relations: значение, определение, сфера деятельности. Особенности и правила эффективного общения. Роль public relations в устранении негативных последствий деятельности компании. Направления осуществления public relations на практике. Характер и условия взаимодействия компании со средствами массовой информации.

#### **15. Прямой маркетинг, как вид коммуникационной деятельности компании**

Понятие и виды прямого маркетинга. Законы и функции прямого маркетинга. Средства и методы прямого маркетинга. Специфика реализации прямого маркетинга в российских условиях. Место личных продаж в коммуникационном комплексе современного рынка.

#### **16. Сущность продаж и их взаимосвязь с маркетинговой деятельностью предприятия. Процесс продажи**

Область управления сбытовой деятельностью и маркетинг. Природа личных продаж. Природа управления продажами. Значение управления продажами и личных продаж для компании.

Стратегическое управление продажами в компании. Сущность и этапы процесса продаж. Понятие коммерческих коммуникаций. Факторы, влияющие на процесс коммуникации и учет факторов в профессиональной деятельности. Приемы определения потенциальных покупателей. Лица, принимающие решения и системы работы с ними. Особенности взаимодействия участников рынка в России.

#### **17. Планирование, прогнозирование и организация продаж и отдела продаж в компании. Аутсорсинг продаж**

Прогнозирование продаж в системе стратегического и текущего планирования компании. Оценка рыночного потенциала и потенциального объема продаж. Оценка потенциального размера территорий.

Система и методы прогнозирования сбыта. Квотирование продаж. Сущность и польза территориального разделения в процессе продаж. Основные принципы разделения рынка на территории. Распределение торговых представителей по территориям продаж.

Цели и структура бюджетов отдела продаж. Сущность отдела сбыта компании. Характеристики эффективно функционирующей организации. Основные типы организационных структур. Специализация внутри отдела сбыта. Дополнительные стратегические организационные альтернативы. Организационные структуры для международных продаж.

Аутсорсинг, его сущность и особенности реализации. Телемаркетинг. Организация продажи ключевым клиентам. Маркетинговые альянсы. Альянсы в логистике.

### **18. Бренды в современном маркетинге**

Бренд и его характеристики. Бренд-менеджмент. Теория Дэвида Аакера. Формирование бренда, определение элементов бренда. Стратегии бренда. Преимущества бренда. Типология брендов. Особенности промышленных брендов. Внешние и внутренние коммуникации бренда.

### **19. Современная концепция маркетинга услуг**

Основные подходы к характеристике сферы услуг. Сервисная и индустриальная экономика. Маркетинг как концепция управления компанией. История становления маркетинговой концепции. Сущность маркетинга услуг. Особенности маркетинга услуг и его место в системе управления компанией.

Революция сферы услуг. Концептуальные модели маркетинга услуг: модель Д. Ратмела, модель К. Гренроса, модель «7Р», «треугольник маркетинга услуг» Ф. Котлера. Становление маркетинга услуг как самостоятельной научной концепции.

### **20. Роль услуги в маркетинге**

Определение услуги. Услуга как особый вид товара. Услуга как продукт. Связь услуги с товаром в материальном виде. Отличие услуг от других товаров. Услуга как действие, исполнение, усилие. Основные характеристики операции (действия, усилия). Услуга как процесс. Количество операций в услуге. Услуга как усилие.

Неосвязаемость услуги. Комбинация осязаемых и неосязаемых элементов. Несохранимость услуги. Неотделимость от источника. Непостоянство качества. Зависимость от поставщика, времени, места оказания. Временные рамки выполнения и потребления услуги. Прямой контакт между производителем и потребителем. Роль межличностного общения. “Видимость изготовления услуги” в процессе обслуживания.

Связь услуги с торговлей товарами. Риск приобретения услуги. Высокие издержки и низкая надежность.

## **21. Спрос и смежные категории и показатели. Прогнозирование спроса и потребления**

Спрос как категория и как показатель. Виды спроса. Производные показатели: товарооборот, размер и емкость рынка. Формулировка закона спроса. Оценивание закона спроса по результатам экспертного опроса. Равновесная цена. Применение закона спроса в ценовом анализе – дискриминантное ценообразование. Категории спроса в модели жизненного цикла товара. Маркетинговые стратегии регулирования спроса. Факторы спроса. Анализ ценовой эластичности спроса. Примеры применения анализа эластичности в маркетинге.

## **22. Рекламный рынок: субъекты, тенденции развития, особенности функционирования на современном этапе.**

Основные субъекты рекламного рынка, система их взаимодействия. Экономические основы развития рекламного рынка: спрос и предложение. Тенденции и особенности развития рекламного рынка в России. Специфика участников российского рекламного рынка. Системы функционирования рекламных предприятий на российском рынке.

Общее описание существующих на рынке видов рекламной деятельности.

## **23. Планирование и создание рекламной кампании**

Понятие рекламной кампании, ее элементы, участники процесса организации. Планирование рекламной кампании. Ситуационный анализ. Основные разделы плана рекламной кампании. Представление плана рекламной кампании клиенту. Документальное оформление процесса организации рекламной кампании.

Расчет бюджета рекламной кампании. Различие методик при определении рекламного бюджета. Ответственность за рекламный бюджет. Условия пересмотра рекламного бюджета.

## **24. Маркетинг в электронной коммерции. Интернет-маркетинг.**

Участники электронного рынка. Сущность электронной коммерции. Факторы, влияющие на развитие электронной коммерции. Электронный маркетинг: задачи и содержание. Маркетинговые исследования в Интернет. Продвижение компаний в сети Интернет: реклама, промо-акции, использование социальных сетей. Особенности баннерной и контекстной рекламы. Роль сайта как инструмента продвижения компании на рынок.

## **25. Сущность ВТЛ-деятельность и ее взаимосвязь с маркетинговой стратегией компании.**

BTL-деятельность как особый вид маркетинговых коммуникаций. ATL и BTL реклама. Причины обращения к BTL-рекламе. Задачи и возможности данной рекламы.

Основные формы BTL-рекламы: прямой маркетинг, стимулирование сбыта, событийный маркетинг, амбиент-маркетинг, спонсорство, игровой маркетинг, программы лояльности.

Место BTL-технологий в общей маркетинговой стратегии компании.

## **26. Природа и сфера применения промышленного маркетинга.**

Определение промышленного маркетинга. Промышленные и институциональные клиенты. Вторичность спроса и на промышленные товары. Специфика промышленного маркетинга. Особенности комплекса промышленного маркетинга

## **27. Сформулируйте сущность и разновидности моделей в экономике**

Роль моделирования экономических процессов. Сущность изобразительных, аналоговых, символических, описательных и конструктивных моделей

## **28. Теоретические концепции логистической системы**

Научные теории логистики: аналитическая, технологическая, маркетинговая, интегральная. Объекты исследования логистики: материальный, информационный, финансовый, сервисный потоки. Факторы развития логистики. Функции логистики. Концепция логистической системы. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности фирмы.

## **29. Формирование процесса товародвижения в торговле. Организация логистического управления**

Принципы, формы и каналы товародвижения в торговле. Доставка товаров, их приемка и хранение на складе. Централизованная и децентрализованная формы логистического управления. Стратегия и планирование в логистике. Методы оценки логистических затрат и пути их оптимизации. Организация управления службами в логистике. Варианты структуры аппарата управления материальными потоками.

## **30. Формирование ассортимента и управление товарными запасами в торговом предприятии**

Понятие о товарном ассортименте и факторы, определяющие его построение на предприятиях торговли.

Порядок формирования ассортимента товаров. Основные этапы

формирования ассортимента товаров. Особенности формирования ассортимента товаров в различных типах торговых предприятий. Формирование ассортимента товаров по потребительским комплексам.

Порядок регулирования ассортимента товаров в торговых предприятиях. Полнота и стабильность ассортимента товаров.

Понятие о товарных запасах, их значение. Виды товарных запасов (запасы текущего хранения, сезонного хранения и досрочного завоза).

Управление товарными запасами: значение, нормирование, показатели, учет и контроль.

## **Рекомендуемая литература**

### **Основная и дополнительная литература:**

1. Аветисян, А. С. Финансовый учет и отчетность: учебно-практическое пособие / А. С. Аветисян; под редакцией Е. В. Чипуренко. — Москва : Дело, 2021. — 347 с. — ISBN 978-5-85006-290-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119171.html>

2. Айдаркина, Е. Е. Теория и практика управления : учебное пособие / Е. Е. Айдаркина. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 164 с. — ISBN 978-5-9275-3324-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107985.html>

3. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85658.html>

4. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. — 6-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 200 с. — ISBN 978-5-394-03163-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86724.html>

5. Алексунин, В. А. Маркетинговые коммуникации : практикум / В. А. Алексунин, Е. В. Дубаневич, Е. Н. Скляр. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 194 с. — ISBN 978-5-394-03541-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110953.html>

6. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 326 с. — ISBN 978-5-394-03458-9.



— Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110924.html>

7. Антонова, Н. В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 209 с. — ISBN 978-5-7598-1676-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89566.html>

8. Архипова, Н. И. Современные проблемы управления персоналом : учебно-методическое пособие / Н. И. Архипова, С. В. Назайкинский, О. Л. Седова. — 2-е изд. — Москва : Российский государственный гуманитарный университет, 2022. — 99 с. — ISBN 978-5-7281-3083-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124686.html>

9. Ахмаева, Л. Г. Управление разработкой интернет-проектов : учебное пособие / Л. Г. Ахмаева, Д. В. Долгополов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 204 с. — ISBN 978-5-4497-1577-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119066.html> (дата обращения: 14.10.2022).

10. Балдин, К. В. Управленческие решения : учебник для бакалавров / К. В. Балдин, С. Н. Воробьев, В. Б. Уткин. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 495 с. — ISBN 978-5-394-03532-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111021.html>

11. Белозерцева, И. Б. Учет и аудит в организациях различных видов экономической деятельности : учебное пособие / И. Б. Белозерцева. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 319 с. — ISBN 978-5-4497-1196-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108254.html>

12. Блинов, А. О. Управление изменениями : учебник для бакалавров / А. О. Блинов, Н. В. Угрюмова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 304 с. — ISBN 978-5-394-03539-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111010.html>

13. Бодрова, Т. В. Налоговый учет и налоговое планирование : учебник для бакалавров / Т. В. Бодрова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 318 с. — ISBN 978-5-394-04137-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107808.html>

14. Брезгина, К. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие / К. В. Брезгина, Е. А. Антинескул, А. А. Ясырева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 141 с. — ISBN 978-5-4486-0770-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83809.html>
15. Герасимов, М. М. Управление качеством : конспект лекций / М. М. Герасимов, П. Е. Цыпин. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 149 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116002.html>
16. Дейнека, А. В. Управление персоналом организации : учебник для бакалавров / А. В. Дейнека. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 288 с. — ISBN 978-5-394-03459-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111017.html>
17. Дорофеева, Л. И. История управленческой мысли : учебник / Л. И. Дорофеева, И. Н. Пчелинцева. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 219 с. — ISBN 978-5-4497-1375-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115016.html>
18. Евсеенко, Е. А. Экономическая теория. Микроэкономика : учебное пособие / Е. А. Евсеенко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 130 с. — ISBN 978-5-394-05029-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120806.html>
19. Ершова, В. Ю. Бухгалтерский учет и анализ : учебно-практическое пособие / В. Ю. Ершова. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2021. — 117 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116927.html>
20. Зеньков, И. В. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / И. В. Зеньков. — Красноярск : Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, 2022. — 330 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124304.html>
21. Иванова, Е. А. Управление изменениями: учебное пособие для студентов бакалавриата по направлениям «Торговое дело» и «Менеджмент» / Е. А. Иванова, В. А. Шлеин. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 138 с. — Текст : электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115903.html>

22. Иванова, Е. А. Управление продажами : учебно-методическое пособие / Е. А. Иванова, В. А. Шлеин. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 58 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116004.html>

23. Идрисов, Ш. А. Маркетинговая логистика : учебное пособие / Ш. А. Идрисов, А. Ш. Агаева. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2022. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0920-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124189.html>

24. Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. — Москва : Дашков и К, 2020. — 170 с. — ISBN 978-5-394-03982-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107786.html>

25. Инновационный менеджмент : учебно-методическое пособие / В. И. Сурат, М. С. Санталова, И. В. Соклакова, Е. В. Лебедева ; под редакцией М. С. Санталовой. — Москва : Дашков и К, 2021. — 146 с. — ISBN 978-5-394-04287-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107787.html>

26. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.html>

27. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. — 161 с. — ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100169.html>

28. Кисова, А. Е. Основы предпринимательства : учебное пособие / А. Е. Кисова, К. В. Барсукова. — Липецк : Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 104 с. — ISBN 978-5-00175-

077-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118440.html>

29. Климин, А. И. Современный стратегический анализ : учебное пособие / А. И. Климин, И. М. Зайченко, А. М. Смирнова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2021. — 123 с. — ISBN 978-5-7422-7247-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116149.html>

30. Кузнецов, И. Н. Управление продажами : учебно-практическое пособие для бакалавров / И. Н. Кузнецов. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2018. — 492 с. — ISBN 978-5-394-02640-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85719.html>

31. Лазарев, В. Н. Управление стратегическим развитием предприятия / В. Н. Лазарев. — Ульяновск : Ульяновский государственный технический университет, 2022. — 144 с. — ISBN 978-5-9795-2193-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121283.html>

32. Макрусев, В. В. Методы принятия управленческих решений : учебник / В. В. Макрусев, В. Ф. Волков, Е. О. Любкина ; под редакцией В. В. Макрусева. — Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2022. — 408 с. — ISBN 978-5-4377-0160-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124110.html>

33. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — Москва : Дашков и К, 2019. — 434 с. — ISBN 978-5-394-03141-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85388.html>

34. Маркетинг услуг : учебно-методическое пособие для обучающихся 3 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / составители В. Ю. Лунина, В. Е. Малиненко, В. Н. Ардадьев. — Донецк : Донецкая академия управления и государственной службы, 2020. — 125 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123482.html>

35. Маркетинговое управление разработкой продукта : учебное пособие / И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, П. Ю.

Невоструев ; под редакцией И. И. Скоробогатых. — Москва : Дашков и К, 2022. — 176 с. — ISBN 978-5-394-04827-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120722.html>

36. Международный маркетинг : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Менеджмент» / М. Э. Сейфуллаева, Н. Д. Эриашвили, С. В. Земляк [и др.] ; под редакцией М. Э. Сейфуллаевой, Н. Д. Эриашвили. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2020. — 260 с. — ISBN 978-9941-9553-9-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101901.html>

37. Никифорова, Л. Е. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Л. Е. Никифорова, С. В. Цуриков, Е. А. Разомасова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 249 с. — ISBN 978-5-4497-1190-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108247.html>

38. Основы современного управления: теория и практика : учебник / А. Т. Алиев, В. Н. Боробов, А. Ф. Глисин [и др.] ; под редакцией А. Т. Алиева, В. Н. Боробова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 526 с. — ISBN 978-5-394-04292-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107813.html>

39. Пономаренко, П. Г. Бухгалтерский учет и аудит : учебное пособие / П. Г. Пономаренко, Е. П. Пономаренко. — Минск : Вышэйшая школа, 2021. — 488 с. — ISBN 978-985-06-3379-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119968.html>

40. Предпринимательство : учебник для магистров / И. К. Ларионов, А. Н. Герасин, О. Н. Герасина [и др.] ; под редакцией И. К. Ларионова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 191 с. — ISBN 978-5-394-03079-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85626.html>

41. Романов, А. А. Маркетинг / А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 440 с. — ISBN 978-5-394-03542-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111041.html>

42. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 294 с. — ISBN 978-5-394-03074-1. — Текст : электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85277.html>

43. Семенов, А. К. Менеджмент : учебник для бакалавров / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 186 с. — ISBN 978-5-394-04304-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107806.html>

44. Семенов, А. К. Теория организации : учебник для бакалавров / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — Москва : Дашков и К, 2021. — 356 с. — ISBN 978-5-394-03854-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107827.html>

45. Сервис: организация, управление, маркетинг : учебник для бакалавров / Е. Н. Волк, А. И. Зырянов, А. А. Лимпинская, Н. В. Харитонов. — Москва : Дашков и К, 2019. — 250 с. — ISBN 978-5-394-03140-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85432.html>

46. Синергия предпринимательства : учебник для магистров / И. К. Ларионов, Н. И. Брагин, Г. Ю. Волкова [и др.] ; под редакцией И. К. Ларионова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 278 с. — ISBN 978-5-394-03830-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110995.html>

47. Синяева, И. М. Маркетинг услуг : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией Л. П. Дашкова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 252 с. — ISBN 978-5-394-03246-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85607.html>

48. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 215 с. — ISBN 978-5-394-03602-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110952.html>

49. Сорокина, Т. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Т. И. Сорокина. — Тюмень : Государственный аграрный университет Северного Зауралья, 2021. — 151 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117669.html>

50. Стратегический анализ деятельности организации : учебное пособие / В. И. Сурат, М. С. Санталова, И. В. Соклакова [и др.] ; под редакцией М. С. Санталовой. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 242 с. — ISBN 978-5-394-04427-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107823.html>

51. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html>

52. Сухов, В. Д. Управленческий анализ: теория и практика : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 415 с. — ISBN 978-5-4497-1734-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122611.html>

53. Толстых, Т. О. Управление проектами : учебник / Т. О. Толстых, Д. Ю. Савон. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2020. — 142 с. — ISBN 978-5-907226-86-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106742.html>

54. Троицкая, Н. Н. Управление проектами : учебное пособие / Н. Н. Троицкая. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2020. — 82 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116005.html>

55. Управление персоналом : учебное пособие / Г. И. Михайлина, Л. В. Матраева, Д. Л. Михайлин, А. В. Беяк ; под редакцией Г. И. Михайлиной. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-394-03596-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110942.html>

56. Управленческий (тактический и стратегический) учет [Электронный ресурс]: учебник/ И.Д. Демина [и др.].— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2022.— 518 с.— Режим доступа: <https://ipr-smart.ru/120567>

57. Федорова, Н. В. Теория организации : учебное пособие / Н. В. Федорова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 180 с. — ISBN 978-5-394-04307-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный

ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:  
<https://www.iprbookshop.ru/107828.html>

58. Федосенко, А. А. Поведение потребителей (маркетинговый аспект) : учебное пособие / А. А. Федосенко, Ю. Н. Денисенко. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2020. — 164 с. — ISBN 978-5-7890-1724-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117727.html>

59. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 468 с. — ISBN 978-5-394-03480-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110941.html>

60. Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 550 с. — ISBN 978-5-394-03478-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110920.html>

61. Цифровая экономика и менеджмент: новые решения, возможности и перспективы : монография / К. А. Бармута, И. О. Богданова, С. А. Гавриленко [и др.] ; под редакцией К. А. Бармуты. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2022. — 221 с. — ISBN 978-5-7890-2000-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122366.html>

62. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 324 с. — ISBN 978-5-394-03519-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111036.html>

63. Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник / Д. А. Шевченко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 614 с. — ISBN 978-5-394-03977-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107812.html>

64. Шендрикова, О. О. Экономика предпринимательства : учебное пособие / О. О. Шендрикова, И. В. Каблашова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 100 с. — ISBN 978-5-4497-1129-8. — Текст : электронный



// Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108359.html>

65. Экономическая теория (политическая экономия) : учебник для магистров / И. К. Ларионов, А. В. Новичков, А. Н. Герасин [и др.] ; под редакцией И. К. Ларионова, А. В. Новичкова. — Москва : Дашков и К, 2022. — 647 с. — ISBN 978-5-394-04714-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120804.html>

### **Нормативно-правовые акты:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) //Собрание законодательства Российской Федерации, 1994, № 32, ст. 3301.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 09.03.2022) //Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 5, ст. 410.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть первая от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 26.03.2022) //Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, № 31, ст. 3824.

4. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 14.07.2022) //Собрание законодательства Российской Федерации, 2000, № 32, ст. 3340.

5. Трудовой кодекс РФ от 30 декабря 2001 г. № 197-ФЗ (ред. от 28.06.2021) //Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 1 (ч. 1), ст. 3.

6. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (ред. от 02.07.2021) //Собрание законодательства Российской Федерации, 2007, № 31, ст. 4006.

7. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ (ред. от 02.07.2021) //Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 17, ст. 1918.

8. Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ (ред. от 30.12.2021) //Собрание законодательства Российской Федерации, 2002, № 43, ст. 4190.

9. Федеральный закон «Об инвестиционных фондах» от 29 ноября 2001 г. № 156-ФЗ (ред. от 20.07.2020) //Собрание законодательства Российской Федерации, 2001, № 49, ст. 4562.

10. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ (ред. от 16.02.2022) //Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 31 (часть I), ст. 3434.

11. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 30.12.2021) //Собрание законодательства Российской Федерации, 2011, № 50, ст. 7344.

12. Приказ Минфина РФ от 02 июля 2010 г. № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (ред. от 19.04.2019) //Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти, 2010, № 35.

13. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации (ПБУ 1/08) от 9 ноября 2008 г. № 106н. (ред. от 07.02.2020) // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти, 2008, № 44.

#### **Периодические издания:**

1. Harvard Business Review Россия
2. БИКИ. Бюллетень ВНИКИ.
3. Бренд-менеджмент. <http://grebennikon.ru/journal-7.html>
4. Бухгалтерский учет
5. Вопросы экономики.
6. Генеральный директор
7. Интернет-маркетинг. <http://grebennikon.ru/journal-2.html>
8. Малое предпринимательство.
9. Маркетинг в России и за рубежом. <http://www.mavriz.ru/annotations>
10. Маркетинг и маркетинговые исследования. <http://grebennikon.ru/journal-3.html>
11. Маркетинг услуг. <http://grebennikon.ru/journal-18.html>
12. МаркетингPro. <http://www.marketingpro.ru/>
13. Маркетинг-менеджмент <http://www.marketing-magazine.ru/>
14. Маркетинговые коммуникации. <http://grebennikon.ru/journal-1.html>
15. Менеджмент в России и за рубежом
16. Менеджмент сегодня
17. Мировая экономика и международные отношения.
18. Новости маркетинга. <http://www.marketingnews.ru/>
19. Новости менеджмента
20. Новый маркетинг. <http://new-marketing.ru/>
21. Практика рыночных исследований. [http://www.gortis.info/index.php?option=com\\_content&task=blogcategory&id=138&Itemid=290](http://www.gortis.info/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=138&Itemid=290)
22. Практический бухгалтерский учет

23. Практический маркетинг. <http://www.bci-marketing.ru/index.php/practical-marketing-issue>
24. Реклама и маркетинг в России. <http://www.sostav.ru/>
25. Рекламные идеи. <http://www.advi.ru/>
26. Российский журнал менеджмента
27. Российский экономический журнал.
28. СЕО
29. Справочник бухгалтера
30. Стратегический менеджмент
31. Управление компанией
32. Экономист.
33. Экономические стратегии
34. Эксперт. <http://www.expert.ru/>

***При подготовке к экзамену можно использовать материалы, размещенные в сети ИНТЕРНЕТ на следующих сайтах:***

1. EconomicsOn-line – <http://econline.h1.ru/index.htm> –большая коллекция ссылок по экономической тематике с разбивкой на категории
2. <http://www.4p.ru/> (электронный журнал по маркетингу)
3. <http://www.adme.ru/> (информационный портал о рекламе)
4. <http://www.advertology.ru/> (электронный журнал о рекламе)
5. <http://www.aup.ru/books/m21/> (учебник по маркетингу)
6. <http://www.marketing.spb.ru/> (сборник статей по маркетингу, различные направления)
7. <http://www.md-marketing.ru/> (информационный портал о маркетинге)
8. <http://www.sostav.ru/> (информационный портал о рекламе)
9. Russian-European Center of Economic Policy – [www.hhs.se/site/ret/ret.htm](http://www.hhs.se/site/ret/ret.htm)
10. АКДИ «Экономика и жизнь» – [www.akdi.ru/nalog/](http://www.akdi.ru/nalog/)
11. Ассоциация Коммуникационных Агентств России. <http://www.akarussia.ru/>
12. Бюро экономического анализа – [www.beafnd.org](http://www.beafnd.org)
13. Гильдия маркетологов. <http://www.marketologi.ru/index.html>
14. Глоссарии и словари – [www.glossary.ru](http://www.glossary.ru); <http://dic.academic.ru>
15. Государственный Комитет Российской Федерации по статистике – [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
16. Европейский фонд по улучшению условий жизни и труда – [www.eurofound.ie](http://www.eurofound.ie)
17. Институт национальной модели экономики – [www.inme.ru](http://www.inme.ru)
18. Институт экономики и организации промышленного производства – [www.econom.nsc.ru/ieie](http://www.econom.nsc.ru/ieie)
19. Институт экономики переходного периода г. Москва – [www.iet.ru](http://www.iet.ru)
20. Информационно-правовой портал «Гарант» – [www.garant.ru](http://www.garant.ru)
21. Информация о бухгалтерском учете, экономическом анализе, банках, 1С и программах автоматизации <http://www.klerk.ru>

22. Каталог деловой информации – [catalog.mbt.ru](http://catalog.mbt.ru)
23. МВФ – [www.imf.org](http://www.imf.org)
24. Министерство финансов – [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru)
25. Министерство экономического развития и торговли – [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
26. МОТ – [www.ilo.org](http://www.ilo.org)
27. Организация по экономическому сотрудничеству и развитию – [www.oecd.org](http://www.oecd.org)
28. Росбизнесконсалтинг – [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
29. Российская Ассоциация Маркетинг. <http://www.ram.ru/>
30. Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг. <http://www.ramu.ru/>
31. Российская Ассоциация по связям с общественностью. <http://www.raso.ru/>
32. Российский Независимый Институт Социальных и Национальных Проблем – [www.riisnr.ru](http://www.riisnr.ru) – Социологические обзоры, исследования, виртуальная библиотека и многое другое.
33. Сайт справочно-правовой системы "Консультант" <http://www.consultant.ru> - Институт профессиональных бухгалтеров и аудиторов России <http://www.ipbr.ru>
34. Справочный портал «Бухгалтерский учет. Налогообложение. Аудит» – <http://www.audit-it.ru>
35. Текущий архив Малого бизнеса Москвы – [www.mbm.ru](http://www.mbm.ru).
36. Текущий архив Ресурсного центра малого предпринимательства – [www.rcsme.ru](http://www.rcsme.ru).
37. Федеральная налоговая служба – [www.nalog.ru/](http://www.nalog.ru/)
38. Фондовая Биржа РТС – [www.rtsnet.ru](http://www.rtsnet.ru)
39. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования – [www.forecast.ru](http://www.forecast.ru)
40. Центр развития – [www.dcenter.ru](http://www.dcenter.ru)
41. Экономическая экспертная группа – [www.eeg.ru](http://www.eeg.ru)