Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дрожжина Светлана Владимировна
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.10.2026 13:42:44
Уникальный программный ключ:
7bfbf7f58f4af5b6ed3db5d74de97abcba6ff48e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНОБРНАУКИ РОССИИ)

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»
(ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»)

Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
_____ Дрожжина С.В.
«26» ____11_____ 2025г.

ПРОГРАММА

государственного экзамена

по направлению подготовки (специальности)

38.04.06 Торговое дело

квалификация – магистр

Донецк 2025г.

Составители:

доцент, к.э.н. Рвачева И.М. _____,

профессор, д.э.н. Мелентьева О.В. _____,

Утверждено на заседании кафедры
маркетинга и торгового дела
Протокол № 5 от 21.10.2025г.
Зав. кафедрой _____Рвачева И.М.

Одобрено Ученым советом факультета
Маркетинга и торгового дела
Протокол № 4 от 28.10.2025г.
Председатель_____Махноносов Д.В.

Одобрено Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол № 4 от 26.11 2025г.
Председатель_____ Крылова Л.В.

Содержание

1. Общие положения

2. Порядок проведения государственного экзамена

3. Перечень учебных дисциплин, включенных в государственный экзамен

4. Содержание учебных дисциплин, включенных в государственный экзамен

5. Перечень вопросов (тестовых заданий), выносимых на государственный экзамен

6. Критерии оценивания ответов студентов на государственном экзамене

7. Список рекомендованной литературы:

7.1 Основная литература

7.2 Дополнительная литература

7.3 Электронные ресурсы

1.Общие положения

Целью государственного экзамена является установление соответствия результатов освоения уровня подготовки выпускника высшего учебного заведения к выполнению профессиональных задач и соответствия его требованиям федерального государственного образовательного стандарта с учетом требований основной профессиональной образовательной программы «Торговое дело» и степени овладения выпускниками необходимыми компетенциями.

Задачи государственного экзамена:

- выявление уровня освоения универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, соответствующих заявленным в образовательной программе видам профессиональной деятельности (аналитической, научно-исследовательской, организационно-управленческой; педагогической, финансовой и расчетно-экономической);
- закрепление навыков самостоятельной исследовательской работы;
- выявление уровня подготовленности выпускников к решению профессиональных задач;
- учет особенностей здоровья и индивидуальных возможностей для выпускников с ограниченными возможностями и инвалидов;
- диагностика результатов проведения итогов государственного экзамена, которые имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускника и принятие решения о присвоении соответствующей ему квалификации.

Настоящие положения разработаны в соответствии с требованиями:

- Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от декабря 2012 г. №273-ФЗ;
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования»;
- Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения Государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» с изменениями, внесенными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации 09.02.2016 г. № 86, от 28.04.2016 г. № 502 и от 27.03.2020 г. № 90 Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата) утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 954;
- Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 г. № 1456 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;
- Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 5 августа 2020г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся» с изменениями, внесенными приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации от 18.11.2020 № 1430/652;
- Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 февраля 2021 г. № 82 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования – магистратура по направлениям подготовки»; *(для программ магистратуры)*

- Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 8 февраля 2021 г. № 83 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования - бакалавриат по направлениям подготовки»; *(для программ бакалавриата)*

- Приказа Министерства образования и науки Российской

Федерации от апреля 2021 г. № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- Приказа Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 19 июля 2022 г. № 662 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования»;

- Учебного плана по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело.

Государственная итоговая аттестация проводится государственной экзаменационной комиссией в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы Торговое дело, соответствующей требованиям ФГОС ВО

Государственный экзамен представляет собой форму оценки степени и уровня освоения обучающегося образовательной программы и проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки обучающихся.

Государственный экзамен направлен на установление соответствия уровня профессиональной подготовки обучающихся к выполнению профессиональных задач и требованиям государственного образовательного стандарта.

Обучающийся по программе магистратуры должен обладать следующими общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

универсальными:

Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

(УК1);

Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла(УК-2);

Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели (УК-3);

Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия (УК-4)

Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (УК-5)

Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки (Ук-6);

общепрофессиональные:

Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении практических и (или) исследовательских задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах(ОПК-1);

Способен применять инструментальные методы сбора, обработки и анализа данных, необходимые для стратегического планирования и координации деятельности торговых структур (ОПК-2);

Способен критически оценивать результаты научных исследований и обосновывать приоритетные направления развития сферы обращения(ОПК-3);

Способен принимать экономически и финансово обоснованные стратегические управленческие решения в профессиональной деятельности(ОПК-4);

Способен применять современные информационные технологии и программные средства, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении профессиональных задач(ОПК-5);

профессиональные:

Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-1);

Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логической, или товароведной) (ПК-2);

Способность анализировать техно-логический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-3);

Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4);

Способностью к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес технологий с использованием научных методов (ПК-5);

Способностью к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы способностью самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательской работы (ПК-6);

Государственный экзамен проводится государственной аттестационной комиссией (ГАК). Государственную аттестационную комиссию возглавляет председатель. Председатель ГАК

организует и контролирует деятельность аттестационной комиссии, обеспечивает единство требований, предъявляемых к выпускникам.

Сроки проведения государственного экзамена магистров определяются учебным планом.

Государственный экзамен по основным дисциплинам ОПОП программы магистратуры предоставляет возможность обучающимся продемонстрировать освоение основной образовательной программы обучения и подтвердить соответствие приобретенных компетенций требованиям программы по направлению Торговое дело Магистерская программа: Электронная коммерция.

Успешное прохождение государственной итоговой аттестации является основанием для выдачи обучающемуся документа о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Министерством науки и высшего образования российской Федерации.

2. Порядок проведения Государственного экзамена

Государственный экзамен проводится на основе комплексных квалификационных заданий, составленных в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело Магистерская программа : Торговое дело, в письменной форме при комиссии ГАК по установленному расписанию. Комплексные квалификационные задания подписываются заведующим кафедрой и заверяются проректором по учебно-методической работе Университета.

Содержание государственного экзамена определяется Программой, которая разрабатывается выпускающей кафедрой маркетинга и торгового дела в соответствии с требованиями к уровню подготовки магистров, на основе формирования универсальных, общекультурных и профессиональных компетенций и в соответствии с действующими учебными программами дисциплин Учебного плана подготовки магистров по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело Магистерская программа Торговое дело.

При подготовке к письменному ответу по квалификационному заданию на государственном экзамене магистр заполняет лист ответа. Каждый лист ответа магистра заверяется его личной подписью и проставлением даты сдачи экзамена. По истечении срока, отведенного на ответ, магистр выкладывает ответ в соответствующий элемент в системе Moodle.

На государственном экзамене обучающемуся предоставляется право пользоваться учебными программами дисциплин, включенных в перечень вопросов.

Комплексное квалификационное задание включает блок из 30 тестовых заданий и расчетно-ситуационной задачи по основным учебным дисциплинам данного направления.

При сдаче государственного экзамена предъявляются следующие требования: ответы на тестовые вопросы должны включать выбор только одного правильного варианта ответа из пяти приведенных вариантов с занесением его без исправлений и помарок в прилагаемый к каждому заданию лист ответов. Практические вопросы и необходимые расчеты должны быть максимально полными и развернутыми, с пошаговым алгоритмом, включающим приведение и объяснение всех используемых формул в разрезе поставленных вопросов задания для определения глубины знаний обучающихся.

К использованию на государственном экзамене разрешен следующий перечень учебных и справочных материалов, нормативных правовых документов:

Рабочие программы по дисциплинам, включенным в Программу государственного экзамена.

Нормативные документы: Государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело Магистерская программа : Торговое дело, Положение об аттестационной комиссии, Положение об итоговой государственной аттестации выпускников, Программа проведения государственного экзамена.

Результаты государственного экзамена определяются оценками 100-90 баллов - "отлично", 89-75 баллов-"хорошо", 74-60 баллов - "удовлетворительно" и "неудовлетворительно". Решения об оценках и о присвоении квалификации принимаются на закрытых заседаниях простым большинством голосов членов ГАК, участвующих в ее работе, при равном числе голосов, голос председателя является решающим.

Лицам, завершившим освоение основной образовательной программы и не подтвердившим соответствие подготовки требованиям государственного образования при прохождении государственного испытания, при восстановлении в вузе назначаются повторные итоговые аттестационные испытания в порядке, определяемом высшим учебным заведением.

На проведение экзамена отводится 90 минут.

3.Перечень учебных дисциплин, включенных в государственный экзамен

№ пп	Шифр дисциплины, выносимой на ГЭК	Наименование дисциплины, выносимой на ГЭК
1.	Б1.О.06	Конъюнктура рынков товаров и услуг
2.	Б1.О.07	Стратегический маркетинг
3.	Б1.В.06	Экологический маркетинг

4.Содержание учебных дисциплин, включенных в государственный экзамен

Конъюнктура рынков товаров и услуг

Смысловой модуль 1. Сущность конъюнктуры рынков товаров и услуг, цели и методы их анализа.

Тема 1. Методологические основы оценки рыночной конъюнктуры товаров и услуг.

Тема 2. Рыночная конъюнктура товаров и услуг: сущность и факторы формирования.

Тема 3. Основы конъюнктурных исследований рынков товаров и услуг.

Тема 4. Источники конъюнктурной информации.

Смысловой модуль 2. Конъюнктура мировых рынков товаров и услуг.

Тема 5. Анализ деятельности участников рынков товаров и услуг.

Тема 6. Показатели рыночной конъюнктуры товаров и услуг.

Тема 7. Индексы рыночной конъюнктуры товаров и услуг.

Смысловой модуль 3. Рыночная конъюнктура товаров и услуг: сущность и факторы формирования.

Тема 8. Использование статистических методов в конъюнктурном анализе и прогнозировании рынков.

Тема 9. Прикладное значение конъюнктурного анализа.

Стратегический маркетинг

Смысловой модуль 1. Основы стратегического маркетинга

Тема 1.Сущность и сфера стратегического маркетинга

Тема 2. Анализ маркетинговой среды

Смысловой модуль 2 .Стратегический анализ предприятия

Тема 3. Определение конкурентных преимуществ.

Тема 4. Маркетинговые стратегии сегментации и выбора целевого рынка.

Тема 5. Маркетинговые стратегии роста.

Тема 6. Маркетинговое управление портфелем бизнеса предприятия.

Смысловой модуль 3. Формирование маркетинговых стратегий.

Тема 7. Маркетинговые стратегии дифференциации и позиционирования.

Тема 8. Маркетинговые конкурентные стратегии.

Смысловой модуль 4. Потребительская ценность товара как ключевой фактор стратегического маркетинга

Тема 1. Определение потребительской ценности на основе модели Кано

Тема 2. Матрица Симона «объективное/субъективное качество»

Смысловой модуль 5. Методологический инструментарий стратегических позиций предприятия.

Тема 1. Анализ и управление портфелем диверсифицированной компании. Матрица "привлекательность отрасли/ позиция в конкуренции"

Тема 2. Оценка стратегического ядра фирмы на основе матрицы Хинтерхубера. Выводы и возможные "ловушки" матричного анализа портфеля СЗХ.

Смысловой модуль 6.Оценка эффективности и выбор оптимальной стратегии маркетинга.

Тема 1. Стратегические маркетинговые модели: их краткая характеристика. Возможные альтернативы маркетинговых стратегий на корпоративном уровне.

Тема 2. Организационные аспекты процедуры выбора маркетинговой стратегии. Методологическая последовательность формирования стратегии маркетинга.

Экологический маркетинг

1. Смысловой модуль 1. Теоретические основы экологического маркетинга

Тема 1. Эволюция концепций маркетинга и место в них экологической составляющей

Тема 2. Понятие экомаркетинга

Тема 3. Среда функционирования экологического маркетинга

2. Смысловой модуль 2. Маркетинг-микс экологически ориентированной фирмы

Тема 1. Экологический товар и его жизненный цикл, комплекс маркетинга и его составляющие.

Тема 2. Ценообразование на экотовары

Тема 3. Организация системы экологически ориентированного товародвижения

Тема 4. Продвижение экологически чистой продукции. Система маркетинговых коммуникаций

Смысловой модуль 3. Экоориентированное предпринимательство в системе устойчивого развития

Тема 1. Стратегия маркетинговой деятельности экологически ориентированной фирмы

Тема 2. Развитие рынка экологически чистой продукции

Тема 3. Конкурентные преимущества экоориентированной фирмы и ее товара

5. Перечень вопросов (тестовых заданий), выносимых на государственный экзамен

№ п\п	Содержательные формулировки вопроса тестовых заданий
	Конъюнктура рынков товаров и услуг
1.	Сущность конъюнктуры рынков товаров и услуг.
2.	Цель и задачи исследования конъюнктуры рынков товаров и услуг.
3.	Основы конъюнктурных исследований рынков товаров и услуг: этапы, система показателей.
4.	Оценка конкурентной среды.
5.	Оценка конкурентоспособности предприятия.
6.	Виды и методы сегментации рынка.
7.	Анализ деятельности участников рынков товаров и услуг.
8.	Показатели рыночной конъюнктуры товаров и услуг.
9.	Индексы рыночной конъюнктуры товаров и услуг.
10.	Показатели рыночной конъюнктуры товаров и услуг.

	Стратегический маркетинг
11	Основные категории стратегического маркетинга.
12	Элементы и виды маркетингових стратегий.
13	Маркетинговое стратегичское планирование.
14	Маркетинговые стратегии рыночного лидера.
15	Маркетинговые стратегии челленджеров.
16	Маркетинговые стратегии последователей.
17	Маркетинговые стратегии нишеров.
18	Стратегия диверсификации предприятия.
19	Стратегия развития определённого предприятия.
20	Создание системы функциональных стратегий в деятельности предприятия.
	Экологический маркетинг
21	Экологический товар и его жизненный цикл
22	Развитие и конкурентные преимущества рынка экопродукции
23	Система маркетинговых коммуникаций в экоориентированном торговом предприятии
24	Роль и значение экологического маркетинга и разработка его факторов в современных условиях
25	Маркетинговые аспекты управления сбытом экоориентированного предприятия розничной торговли
26	Механизм реализации концепции экологического маркетинга розничного торгового предприятия
27	Механизм реализации концепции экологического маркетинга оптового торгового предприятия
28	Особенности продвижения органических продуктов в сети Интернет.
29	Методы и формы организации государственной поддержки экоориентированных предприятий
30	Вирусный маркетинг в экологической сфере

При сдаче государственного экзамена ответы магистра на вопросы должны быть максимально полными и корректными, выбор двух и более вариантов ответов на одно тестовое задание считается ошибкой.

6. **Критерии оценивания ответов студентов на государственном экзамене**

Задание для проведение ГЭК включает 30 тестовых заданий по дисциплинам: Конъюнктура рынков товаров и услуг, Стратегический маркетинг, Экологический маркетинг.

Если в бланке ответов отмечена знаком „Х" буква того варианта, который является верным, то тестовое задание считается выполненным правильно, и оценивается в 2 балла. В случае правильного ответа на все 30 тестовых вопросов обучающийся получает 60 баллов.

Расчетно-ситуационная задача, включающая два сквозных, логически связанных задания, максимально оценивается в 20 баллов (табл.1)

Таблица 1 - Диапазон баллов при оценивании результатов ГЭК

Диапазон баллов для оценивания счетно-ситуационной задачи	Диапазон баллов по 5-балльной шкале	Диапазон баллов итогового оценивания по 100-балльной шкале
18-20	5 «отлично»	100-90
15-17	4 «хорошо»	89-80
11-14	4 «хорошо»	79-75
7-10	3 «удовлетворительно»	74-70
1-6	3 «удовлетворительно»	69-60

Каждый из 4-х открытых вопросов максимально оценивается в 5 баллов. Максимальная оценка за открытые вопросы – 20 баллов.

Критерии оценивания открытых вопросов при оценивании результатов ГЭК приведены в (табл.2)

Таблица 2 - Критерии оценивания открытых вопросов

5 балов	Глубокие знания теоретических вопросов маркетинговой и торговой деятельности, методик формирования и контроля эффективности элементов комплекса маркетинга, организации торгово-технологического процесса, умения делать обобщения и пользоваться понятийным аппаратом в разрезе дисциплин, входящих в перечень подготовки к экзамену
4 балла	Знание общих принципов маркетинговой и торговой деятельности, изложение сведений о базовых составляющих вопроса. При характеристике базовых составляющих изложение только программного материала, возможно с небольшими неточностями
3 балла	Знакомство с определенными составляющими маркетинговой и торговой деятельности, но с целостности и логики изложения, ошибки при характеристике терминов и категорий маркетинга
2 балла	Отсутствие обоснованного ответа, который носит поверхностный характер и не раскрывает ключевые моменты проблемы, которая рассматривается
1 балл	Частичное соответствие изложения материала концептуальным основам маркетинга и организации торговли, недостаточное знание базовых категорий и терминов

Оценка «отлично» (100-90 баллов) выставляется обучающемуся, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему, в свете которого тесно увязывается теория с практикой. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на тестовые задания, свободно справляется с задачами и правильно обосновывает принятые решения, владеет необходимыми навыками и приемами решения практических задач.

Оценка «хорошо» (89-80 баллов) выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, не допускающему существенных неточностей в ответе, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми приемами их решения, или допускает отдельные неточности в расчетах, не влияющие на корректность общих выводов (79-75 баллов)..

Оценка «удовлетворительно» (74-70 баллов) выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает недостаточно правильный выбор варианта ответа на тестовые задания, в случае нарушения последовательности в алгоритме решения практических задач или трудностей в выполнении практических заданий, обучающемуся выставляется оценка (69-60 баллов)

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большим затруднением решает практические задачи и допускает при расчетах грубые ошибки, искажающие полученные выводы.

Результаты государственного экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и объявляются обучающимся после окончания работы ГАК в день экзамена и заносятся в зачетную книжку и ведомость. Кроме того, результаты экзамена фиксируются в протоколе заседания ГАК. В случае разногласия членов ГАК в определении оценки решающий голос имеет председатель ГАК.

Обучающиеся, не явившиеся на государственный экзамен по уважительной причине (по медицинским показаниям или в других исключительных случаях, документально подтвержденных), могут быть допущены к экзамену распоряжением декана факультета на основании заявления обучающегося с визой первого проректора в сроки, определяемые приказом ректора (проректора) но не позднее, чем за месяц до защиты выпускной квалификационной работы.

Оценка, выставленная на ГЭК, окончательная. Пересдача ГЭК с целью повышения оценки не допускается.

Обучающиеся, получившие на государственном экзамене оценку «неудовлетворительно» или не явившиеся на экзамен без уважительной причины, к защите выпускной квалификационной работы не допускаются и отчисляются из университета.

Решения об оценках и о присвоении квалификации принимаются на закрытом заседании простым большинством голосов членов ГАК, участвующих в ее работе, при равном числе голосов, голос председателя является решающим.

7.Список рекомендованной литературы:

7.1 Основная литература:

1.Евдокимов, О. Г. Основы маркетинга в торговом деле : учебно- методическое пособие / О. Г. Евдокимов, Ж. В. Смирнова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2021. — 119 с. — Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/115861.html (дата обращения: 10.11.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный

2. Экологический маркетинг / С.Г. Божук, К.В. Евдокимов, Н.В. Плетнева, В.И. Саморуков ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. – 140 с.-Текст : непосредственный.

3. Котляревская, И. В. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. В. Котляревская; М-во науки и высшего образования Российской Федерации (РФ), Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Электрон. текст. дан. (1 файл: 2 МБ). - Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2019. - Локал. компьютер. сеть НБ ДОННУЭТ.

7.2 Дополнительная литература:

1.Синяева, И. М. Маркетинг в торговле : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под редакцией Л. П. Дашкова. — 5-е изд., перераб. — Москва : Дашков и К, 2018. — 396 с. — ISBN 978-5-394-03122-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/119234

2. Аренков, И. А. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. А. Аренков, В. Н. Наумов; М-во образования и науки РФ, Федер. гос. бюджетное образоват. учреждение высш. образования «Санкт-Петербург. гос. эконом. ун-т», Ин-т магистратуры. - Электрон. текст. дан. (1файл: 872 КБ). - СПб. : СПбГЭУ, 2017. - Локал. компьютер. сеть НБ ДОННУЭТ

3. Шилов, А.С. Связи с общественностью в экологическом управлении / А.С. Шилов. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 50 с.-Текст : непосредственный.

7.3 Электронные ресурсы:

1. Автоматизированная библиотечная информационная система UNILIB [Электронный ресурс] – Версия 1.100. – Электрон. дан. – [Донецк, 1999-]. – Локал. сеть Науч. б-ки ГО ВПО Донец. нац. ун-та экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Систем. требования: ПК с процессором ; Windows ; транспорт. протоколы TCP/IP и IPX/SPX в ред. Microsoft ; мышь. – Загл. с экрана.

2. IPRbooks: Электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : [«АЙ Пи Эр Медиа»] / [ООО «Ай Пи Эр Медиа»]. – Электрон. текстовые, табл. и граф. дан. – Саратов, [2018]. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru. – Загл. с экрана.

3. Elibrary.ru [Электронный ресурс] : науч. электрон. б-ка / ООО Науч. электрон. б-ка. – Электрон. текстовые. и табл. дан. – [Москва] : ООО Науч. электрон. б-ка., 2000– Режим доступа :https://elibrary.ru. – Загл. с экрана.

4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» [Электронный ресурс] / [ООО «Итеос» ; Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев]. – Электрон. текстовые дан. – [Москва : ООО «Итеос», 2012-]. – Режим доступа : http://cyberleninka.ru. – Загл. с экрана.