

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Кавказский горно-металлургический
институт (государственный технологический университет)»**



**ПРОГРАММА
ВСТУПИТЕЛЬНЫХ ИСПЫТАНИЙ В МАГИСТРАТУРУ**

по направлению подготовки
38.04.02. «Менеджмент»

направленность магистерской программы
«Менеджмент организации»

Разработана:

д.э.н., проф. Галачиева С.В.

к.э.н., доц. Мирзабекова М.Ю.

Владикавказ 2023

Содержание

1. Общие положения	3
2. Цели и задачи вступительных испытаний	3
3. Критерии оценок знаний поступающих в магистратуру	4
4.Содержание программы	6
5. Перечень вопросов к вступительным испытаниям	11
6. Особенности проведения вступительных испытаний для	14
инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	14
6. Рекомендуемая литература	15

1. Общие положения

Программа вступительных испытаний в магистратуру по направлению подготовки **38.04.02. «Менеджмент»**, составлена на основе требований федерального государственного образовательного стандарта.

К сдаче вступительного экзамена допускаются лица, имеющие законченное высшее профессиональное образование со степенями «бакалавр», «специалист», «магистр (за исключением степени магистр экономики)».

Поступающие должны знать современный понятийный аппарат и инструментарий исследования; должны показать навыки в использовании этих знаний для анализа конкретных экономических ситуаций, корректно формулировать цели и ограничения, в том числе и политико-экономического свойства, с целью получения достоверных выводов и результатов экономического анализа.

2. Цели и задачи вступительных испытаний

Вступительные испытания предназначены для определения теоретической и практической подготовленности поступающих в магистратуру абитуриентов и проводятся с целью определения соответствия знаний, умений и навыков студентов и проведения отбора среди лиц, желающих освоить программу подготовки магистра по направлению 38.04.02 Менеджмент.

Целью вступительных испытаний в магистратуру по направлению 38.04.02 «Менеджмент» является проверка уровня освоения поступающими общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций, полученных в результате обучения на уровне бакалавриата, специалитета.

Лица, поступающие в магистратуру, могут представить в конкурсную комиссию публикации, научные работы в профессиональных изданиях или рукописи, в том числе: ВКР бакалавра (специалиста), дипломы и сертификаты призеров и лауреатов студенческих конкурсов научных работ, исследовательских проектов.

3. Критерии оценок знаний поступающих в магистратуру

Продолжительность экзамена 90 минут. Результаты экзамена оцениваются по балльной шкале (100 баллов).

Экзамен является многокомпонентным и проводится в письменной форме. Экзамен состоит из письменного ответа студента на три теоретических вопроса.

В каждом билете содержатся по 3 вопроса по одному вопросу из каждой дисциплины: «Менеджмент», «Маркетинг», «Экономика предприятия».

Экзамен считается сданным на оценку «неудовлетворительно», если абитуриент получил суммарно за все задания менее 50 баллов. Заявления на апелляцию принимаются лично от абитуриента на следующий день после объявления результатов экзамена.

При равенстве итогового балла преимущественное право зачисление предоставляется в соответствии со следующими критериями (по убыванию их значимости):

- средний балл за время обучения по предшествующей программе высшего образования (с округлением до десятой числа);
- рекомендация ГЭК;
- наличие публикации;
- выступление на конференциях.

В ходе письменного вступительного испытания поступающий должен показать:

знание:

- теоретических основ менеджмента организации;
- знание теоретических основ дисциплин по соответствующему направлению;
- знание основных этапов развития менеджмента как науки;
- знание типов организационных структур, их основных параметров и принципов их проектирования.

умение:

- анализировать действующее законодательство в сфере недвижимости и применять его нормы к конкретным ситуациям;

- охарактеризовать основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования;

- выбирать наиболее рациональные виды управленческих решений и методы их принятия;

- умение поставить цель и сформулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций.

владение:

- владение специальной профессиональной терминологией и лексикой;

- владение культурой мышления, способность в письменной и устной речи правильно оформлять его результаты;

- представлением о структурах и тенденциях развития российской и мировой экономики и методах управления.

Оценка результатов экзамена производится следующим образом:

Критерии оценки знаний:

Ответ абитуриента оценивается по 100-бальной шкале.

От 80 до 100 баллов выставляется абитуриенту, демонстрирующему всестороннее, системное и глубокое знание программного материала, логическое, последовательное изложение ответа с опорой на разнообразные источники, свободно владеющему соответствующей терминологией, четко артикулирующему личную позицию в понимании рассматриваемой проблемы.

От 60 до 79 баллов оценивается ответ абитуриента, обнаружившего полное и системное знание учебного материала, при построении ответа опирающегося на обязательную литературу, пользовавшегося необходимой терминологией.

От 51 до 59 баллов выставляется абитуриенту, демонстрирующему знания основного программного материала, но допускающему погрешности в ответе, не использующему вовсе или использующему с ошибками

необходимую терминологию.

От 0 до 50 баллов выставляется, если абитуриент показал существенные пробелы в знаниях основных положений теории, которые не позволяют ему приступить к изучению магистерской программы и практической работе без дополнительной подготовки.

Минимальное количество баллов для дальнейшего участия в конкурсе – 51 балл.

При определении оценки члены комиссии руководствуются следующими критериями:

-полностью отсутствует ответ - снимаются все баллы по данному вопросу;

-за неполный ответ - снимаются баллы пропорционально объему изложенного материала;

-за фрагментарность ответа, отсутствие содержательных связей, отсутствие логики в изложении, снимаются 50 % баллов;

-за неполное или неправильное определение понятий, категорий признаков, оснований классификации, ошибки в названиях – до 30% баллов;

-за недочеты (неполная характеристика структурного элемента вопроса при изложении существенного материала, нарушение последовательности изложения и др.) - до 20 % баллов.

4.Содержание программы

по дисциплине «Менеджмент»

Тема 1 Общая характеристика менеджмента

Сущность и содержание понятия «менеджмент». Менеджмент как наука и практика управления. Понятие и признаки, виды организаций. Внутренняя и внешняя среда организации. Процесс управления организацией. Понятие цели и ее роль в управлении. Классификация и содержание методов управления. Менеджер и роли менеджера. Управление как отношение. Управление как развивающаяся система. Содержание и логика развития управления. Развитие взглядов на менеджмент.

Тема 2 Человек и организация

Установление взаимодействия человека и организации. Ролевой аспект взаимодействия человека и организации. Личностный аспект взаимодействия человека и организации. Взаимодействие человека и группы. Адаптация человека к организационному окружению. Изменение поведения посредством научения.

Тема 3 Мотивация труда персонала организации

Основные понятия, цели, принципы, концепция управления персоналом. Система управления персоналом. Мотивация трудовой деятельности. Система мотивации и стимулирования труда работников компании: цели, задачи, функции. Мотивационный процесс. Теории содержания мотивации. Теории процесса мотивации.

Тема 4 Стратегия организации

Сущность стратегического управления. Система стратегического управления. Анализ внешней и внутренней среды. SWOT-анализ. Миссия и цели организации. Типы стратегий бизнеса. Эталонные стратегии. Выработка стратегии. Выполнение стратегии.

Тема 5 Построение организации

Функции организации. Проектирование работы. Факторы проектирования организации. Элементы проектирования организации. Организационная структура управления. Проектирование организационных структур управления. Типы организационных структур.

Тема 6 Моделирование ситуации и выработка управленческих решений

Основные понятия. Классификация. Методы. Моделирование ситуаций.

Тема 7 Организационные процессы

Коммуникации в управлении. Принятие решений. Управление конфликтом. Власть и лидерство. Основы лидерства. Концепции лидерства.

Тема 8 Организационная культура и управление изменениями

Концепция организационной культуры. Формирование, поддержание и изменение организационной культуры. Национальное в организационной

культуре. Организационные изменения. Преодоление сопротивления организационным изменениям. Методы проведения организационных изменений.

по дисциплине «Маркетинг»

Тема 1. Теоретические основы маркетинга

Понятие, цель, задачи, основные функции маркетинга. Объект и предмет маркетинга. Компоненты маркетинга: товарный рынок (потребители), система распределения, система продвижения, конкурентная политика предприятия. Внешняя и внутренняя среда маркетинга. Этапы маркетинговой деятельности предприятия. Уровни маркетинговой деятельности: стратегический и тактический маркетинг. Стратегия маркетинга: определение, виды. Этапы разработки маркетинговой стратегии. Стратегические цели маркетинга на стадиях жизненного цикла организации. Стратегический маркетинг: понятие, цель, задачи. Этапы стратегического планирования маркетинга. Результаты реализации задач стратегического маркетинга.

Тема 2. Товарный рынок в системе маркетинга

Понятие, основные компоненты товарного рынка как целевой группы потребителей товара (услуги). Признаки классификации товарного рынка. Классификация видов товарного рынка по уровню интенсивности конкуренции. Сегментирование товарного рынка: понятие, цель, задачи. Факторы сегментирования рынка товаров (услуг) конечного потребления, производственного назначения. Концепция сегментирования: массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Платежеспособный спрос, потребность. Этапы модификации потребности. Типы потребителей. Мотивация как фактор поведения потребителей.

Тема 3. Товар в системе маркетинга

Понятие, основные виды товара (услуги). Этапы товарной политики предприятия. Виды инновации. Этапы разработки товара. Жизненный цикл товара: понятие, содержание этапов по модели И. Адизеса. Задачи маркетинговой политики на стадиях жизненного цикла товара (услуги).

Тема 4. Конкуренция. Виды конкуренции

Понятие, признаки классификации видов конкуренции. Классификация видов конкуренции. Ценовая и неценовая конкуренция. Конкурентоспособность товара (услуги). Сравнительный анализ параметров «конкурентоспособность» и «качество». Параметры конкурентоспособности.

Тема 5. Маркетинговое исследование

Понятие, цель, задачи, основные результаты маркетингового исследования. Информационная основа маркетингового исследования: первичная, вторичная информация. Этапы маркетингового исследования. Методы маркетингового исследования. Методы сбора и обработки результатов маркетингового исследования. Маркетинговые решения, формируемые на основе результатов маркетингового исследования.

Тема 6. Система продвижения

Понятие, цель, задачи, функции системы продвижения. Элементы системы продвижения: реклама, связи с общественностью, прямые продажи, стимулирование продаж. Медиаплан: понятие, этапы разработки. Рекламная кампания.

Тема 7. Система распределения

Понятие, цель, задачи, функции системы распределения. Каналы распределения. Виды посредников. Принципы формирования системы распределения. Классификация торговых посредников в распределительной системе.

Основные принципы распределения: принцип точки следующего заказа (ROP), принцип быстрого реагирования на спрос (QR), принцип непрерывного пополнения запасов (CR), принцип автоматического пополнения запасов (AR).

по дисциплине «Экономика предприятия»

Тема 1. Основные фонды предприятия

Сущность и структура основных фондов. Оценка основных фондов. Износ и амортизация основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Анализ состояния и использования

основных фондов. Анализ причин морального и физического износа основных фондов. Анализ начисления амортизации и диагностика ее использования.

Тема 2. Оборотные средства предприятия

Понятие оборотных средств. Кругооборот оборотных средств. Состав и структура оборотных средств. Показатели уровня использования оборотных средств. Нормирование оборотных средств. Анализ состояния запасов материальных ресурсов. Анализ эффективности использования материальных ресурсов

Тема 3. Персонал предприятия и производительность труда

Трудовой потенциал предприятия. Структурная характеристика персонала. Определение потребности в персонале и планирование его численности. Коэффициенты учета движения кадров. Производительность труда, методы ее измерения. Факторы роста производительности труда. Анализ производительности труда. Анализ динамики заработной платы. Анализ эффективности стимулирования трудовых ресурсов.

Тема 4. Себестоимость продукции

Себестоимость продукции: сущность и структура. Аналитические группировки затрат. Состав и классификация затрат по элементам. Калькулирование себестоимости продукции. Анализ структуры затрат на производство и реализацию продукции. Анализ динамики затрат на производство и реализацию продукции. Диагностика затрат на производство и реализацию продукции. Особенности анализа себестоимости продукции и издержек обращения в различных отраслях.

Тема 5. Производственные результаты деятельности предприятия

Характеристика производственных результатов деятельности организации. Анализ производственных результатов. Производственная программа, ее обоснованность и выполнение. Факторы, влияющие на результаты работы организации. Анализ использования производственных мощностей. Оценка качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции.

*Тема 6. Результаты финансово – экономической деятельности
организации*

Общая характеристика эффективности деятельности организации. Диагностика прибыльности (рентабельности). Диагностика эффективности использования оборотных средств. Понятие экономической состоятельности организации. Анализ экономических результатов деятельности организации. Характеристика и анализ факторов, определяющих экономические результаты деятельности организации. Подходы к анализу и оценке риска деятельности организации. Характеристика и анализ финансовых результатов деятельности организации. Методика анализа финансового состояния организации. Диагностика банкротства.

5. Перечень вопросов к вступительным испытаниям

Приведенные ниже примерные вопросы могут быть изменены (детализированы, укрупнены, расширены и т.д.) и определяют основные темы, включенные в экзамен.

по дисциплине «Менеджмент»

1. Структура и функции процесса управления организацией.
2. Эволюция развития менеджмента
3. Процессорный, системный и ситуационный подходы к управлению.
4. Системно-ситуационный подход к построению организации.
5. Характеристики и особенности функционирования формальных и неформальных организаций.
6. Типы управленческих решений.
7. Методы разработки управленческих решений.
8. Сущность и функции стратегического менеджмента.
9. Эффективная организация распределения полномочий. Процесс делегирования.
10. Сущность процесса организационного проектирования.
11. Основные типы организационных структур и их особенности.
12. Управление в различных типах организаций (корпорация, конгломерат, партисипативная организация).

13. Сущность и структура процесса мотивации.
14. Теории мотивации
15. Виды и функции управленческого контроля.
16. Культура и имидж организации, и их значимость.
17. Формирование и развитие организационной культуры.
18. Методы управления персоналом.
19. Управление развитием персонала.
20. Роль информации в принятии управленческих решений и координации деятельности организации.
21. Коммуникация в организации. Управление коммуникационными процессами.
22. Типы конфликтов. Управление конфликтами в организации.
23. Тенденция развития менеджмента. Информатизация и автоматизация управления организацией.

по дисциплине «Маркетинг»

1. Виды маркетинговых стратегий в зависимости от рыночного спроса, уровня конкуренции и доли рынка
2. Товар и его коммерческие характеристики.
3. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий.
4. Управление конкурентоспособностью товара
5. Марка и марочная политика товара
6. Позиционирование товара на рынке.
7. Управление ассортиментом товара.
8. Виды цен и особенности их применения.
9. Задачи ценовой политики.
10. Формулирование ценовой стратегии
11. Методы формирования базовой цены
12. Виды и средства рекламы.
13. Стимулирование сбыта
14. Методы персональных продаж.
15. Отношения с общественностью

16. Организационная структура маркетинговых служб.
17. Развитие организационных структур маркетинга.
18. Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности.
19. Сущность международного маркетинга.
20. Основные этапы развития международного маркетинга.
21. Методы международного маркетинга и его основные принципы.
22. Обследование внешних рынков.
23. Структура и задачи маркетингового исследования внешних рынков.

по дисциплине «Экономика предприятия»

1. Производственные и непроизводственные фонды предприятия
2. Основные средства предприятия: понятие, виды
3. Амортизация основных средств: понятие амортизационные группы
4. Норма амортизации: понятие, формула расчета
5. Среднегодовая стоимость основных фондов и ее расчет
6. Показатели эффективности использования основных фондов и их расчет
7. Оборотные средства предприятия: понятие и классификация
8. Оборотные производственные фонды: понятие, характеристика
9. Фонды обращения: понятие, характеристика
10. Нормируемые и ненормируемые оборотные средства
11. Нормирование оборотных средств: общая потребность и текущий запас по конкретному виду
12. Показатели эффективности использования оборотных средств
13. Организация труда на предприятии – понятие, основные направления
14. Мотивация труда
15. Основы организации труда на предприятии
16. Основные элементы тарифной системы
17. Формы оплаты труда
18. Планирование численности: основные методы
19. Постоянные издержки предприятия: понятие, виды
20. Переменные издержки предприятия: понятие, виды
21. Предельные издержки единицы продукции: понятие

- 22. Средние постоянные, средние переменные, средние общие издержки
- 23. Динамика постоянных переменных, общих и средних издержек (таблица, графики)
- 24. Понятие затрат и издержек производства

6. Особенности проведения вступительных испытаний для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья при поступлении в образовательные организации сдают вступительные испытания с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальные особенности) таких поступающих.

При проведении вступительных испытаний обеспечивается соблюдение следующих требований:

- вступительные испытания проводятся для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с поступающими, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для поступающих при сдаче вступительного испытания;

- присутствие ассистента из числа работников образовательной организации или привлеченных лиц, оказывающего поступающим необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с экзаменатором);

- поступающим предоставляется в печатном виде инструкция о порядке проведения вступительных испытаний;

- поступающие с учетом их индивидуальных особенностей могут в процессе сдачи вступительного испытания пользоваться необходимыми им техническими средствами;

- материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа поступающих в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие

пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже; наличие специальных кресел и других приспособлений).

Дополнительно при проведении вступительных испытаний обеспечивается соблюдение следующих требований в зависимости от категорий поступающих с ограниченными возможностями здоровья:

а) для слабовидящих:

-обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- поступающим для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения вступительных испытаний оформляются увеличенным шрифтом;

б) для глухих и слабослышащих:

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

в) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих все вступительные испытания по желанию поступающих могут проводиться в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию поступающих все вступительные испытания могут проводиться в устной форме.

7. Рекомендуемая литература по дисциплине «Менеджмент»

Основная литература

1. Одинцов, А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16616-3. — URL: <https://urait.ru/bcode/531381>

2. Мардас, А. Н. Основы менеджмента. Практический курс : учебное пособие для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 175 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07558-8. — URL :<https://urait.ru/bcode/514278>

Дополнительная литература

3. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 289 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16972-0. — URL :<https://urait.ru/bcode/532131>

4. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для вузов / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 566 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07327-0. — URL :<https://urait.ru/bcode/510549>

по дисциплине «Маркетинг»

Основная литература

1. Синяева И. М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник для Карпова С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16683-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531483>

2. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16648-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531436>

Дополнительная литература

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531182>

2. Реброва, Н. П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511398>

по дисциплине «Экономика предприятий»

Основная литература

1. Экономика предприятия : учебник для вузов / С. П. Кирильчук [и др.] ; под общей редакцией С. П. Кирильчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 458 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15878-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510104>

2. И Экономика предприятия : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15122-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511211>

Дополнительная литература

1. Экономика организации: учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.]; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14485-7. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:
<https://urait.ru/bcode/511735>

2. Экономика организации. Практикум : учебное пособие для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00524-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512881>

Программное обеспечение:

Для выполнения самостоятельных работ студенты используют следующие программные продукты: *POWER POINT, EXCEL, WORD*

Электронно- библиотечные системы (ЭБС)

ЭБС «Издательство Лань» - Эл. адрес: www.e.lanbook.com

ЭБС "Юрайт" - Эл. адрес www.biblio-online.ru

ЭБС "Электронная библиотека технического вуза («Консультат студента»),
Эл. адрес www.studentlibrary.ru

Собственные базы данных НТБ СКГМИ(ГТУ)

Эл. адрес: www.skgmi-gtu.ru/ru-ru/

БД Учебная, учебно-методическая и научная литература преподавателей СКГМИ(ГТУ)

Научная литература (монографии) сотрудников СКГМИ (ГТУ)

БД Публикации (статьи) ученых СКГМИ (ГТУ)