

Специальность 6-05-0412-04 Маркетинг

<p align="center">Учебная дисциплина (название учебной дисциплины)</p>	<p align="center">Компетенция (приобретаемая в процессе усвоения учебной дисциплины)</p>	<p align="center">Результаты обучения (знать, уметь, иметь навык)</p>	<p align="center">Организация обучения (семестр изучения учебной дисциплины, модуля, трудоемкость в зачетных единицах, количество аудиторных часов и часов самостоятельной работы, требования к текущей и промежуточной аттестации и ее формы)</p>
<p>Государственный компонент</p>			
<p>Социально-гуманитарный модуль 1</p>			
<p>История белорусской государственности</p>	<p>Обладать способностью анализировать процессы государственного строительства в разные исторические периоды, выявлять факторы и механизмы исторических изменений, определять социально-политическое значение исторических событий (личностей, артефактов и символов) для современной белорусской государственности, в совершенстве использовать выявленные закономерности в процессе формирования гражданской идентичности.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: методологические основы и этапы развития истории белорусской государственности; ключевые понятия и категории по изучаемой дисциплине; историю белорусского конституционализма; этапы формирования белорусского этноса; историко-ретроспективные и современные характеристики культурно-цивилизационного развития Беларуси;</p> <p>уметь: формулировать и аргументировать основные идеи и ценности белорусской модели развития; применять полученные знания в учебе и на практике; характеризовать отличительные черты белорусской нации; анализировать основные факты и события в истории белорусской государственности, давать им оценку;</p> <p>иметь навык: базовых научно-теоретических знаний для решения теорети-</p>	<p>Дисциплина изучается в III семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 54/54 часа. Текущая аттестация: тестирование, опрос. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		ческих и практических задач; системного и сравнительного анализа; исследовательских навыков; междисциплинарного подхода при решении проблем.	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Философия», «Социология», «Политология», «Личностно-профессиональное развитие специалиста».</p>			
<p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> «История белорусской государственности» формирует систему знаний об истории белорусской государственности от возникновения института государственности до современности с сохранением исторической правды и памяти о героическом прошлом народа, развивает умения осмысливать события и явления действительности в тесной взаимосвязи прошлого, настоящего и будущего; создает устойчивое представление об историческом пути и перспективах дальнейшего развития белорусского государства. В рамках дисциплины изучается древнерусский период нашей государственности, нахождение белорусских земель в составе ВКЛ, Речи Посполитой, Российской империи, СССР и после обретения независимости.</p>			
<p>Философия</p>	<p>Обладать современной культурой мышления, гуманистическим мировоззрением, аналитическим и инновационно-критическим стилем познавательной, социально-практической и коммуникативной деятельности, использовать основы философских знаний в непосредственной профессиональной деятельности, самостоятельно усваивать философские знания и выстраивать на их основании мировоззренческую позицию.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основные проблемы философии и сущность важнейших философских учений; ключевые идеи и категории философского анализа; основные принципы философской концепции бытия; фундаментальные компоненты философской теории человека; основные ценности современной культуры; социокультурные основания и основные закономерности человеческой деятельности (в том числе профессиональной); основные принципы, законы и механизмы познавательной деятельности, важнейшие философские методы научного исследования; основные закономерности функционирования и развития общества, их особенности в современном мире; смысл и содержание глобальных проблем современности, основные стратегии и перспективы их разрешения;</p> <p>уметь: формулировать и аргументировать основные идеи и ценности своего философского мировоззрения; применять философские идеи и категории в анализе социокультурных и профессиональных проблем и ситуаций; характеризовать ведущие идеи философской картины мира, транслировать и популяризировать их; понимать и объяснять различные вер-</p>	<p>Дисциплина изучается в I семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 54/54 часа. Текущая аттестация: устный и письменный опросы на занятиях, тестирование по отдельным темам, сдача двух модулей. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		<p>сии ответов на фундаментальные вопросы о смысле человеческого существования; осуществлять осмысленный ценностный выбор, формулировать и аргументировать аксиологические регулятивы своей жизни и профессиональной деятельности; определять смысл, цели, задачи и гуманистические параметры своей общественной и профессиональной деятельности; применять идеи гносеологии и основные методологические регулятивы научного поиска в анализе социальных и профессиональных проблем; формулировать и аргументировать свою идеологическую и социально-политическую позицию, определять роль своей общественной и профессиональной деятельности в функционировании и развитии основных сфер общества; оценивать перспективы развития важнейших социальных проблем и возможности инновационной деятельности в сфере избранной профессии по их оптимальному решению;</p> <p>иметь навык:</p> <p>базовыми научно-теоретическими знаниями для решения теоретических и практических задач; системным и сравнительным анализом; исследовательскими навыками; междисциплинарным подходом при решении проблем.</p>	
--	--	---	--

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Политология».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Личностно-профессиональное развитие специалиста», «Социология», «История белорусской государственности».

Краткое содержание учебной дисциплины: Учебная программа предполагает изучение специфики философии, процессов ее становления и исторического развития, вклада белорусских мыслителей в формирование национальной культуры; осмысление проблем бытия, философских подходов к объяснению природы, утверждение коэволюционного императива и экологических ценностей, рассмотрение диалектической и синергетической моделей развития. Программа предполагает изучение антропогенеза и специфики бытия человека, его биосоциальную природу и экзистенциальные характеристики личности, специфику сознания и проблему искусственного интеллекта. В программе большое внимание уделяется исследованию общества, перспективам и рискам, проявляющимся в его развитии и пониманию места Республики Беларусь в современном цивилизационном процессе. В программе предусматривается изучение теории познания, генезису, исторической динамике и роли науки в современном обществе; также рассматривается блок вопросов, связанных с профессиональной деятельностью специалиста, где

сельское хозяйство представлено как важнейшая часть человеческого бытия и отрасль экономики, удовлетворяющая базовые потребности общества.

<p>Иностранный язык</p>	<p>Осуществлять коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен</p> <p>знать:</p> <p>основы грамматического строя иностранного языка; лексику повседневного общения; лексику делового общения; социокультурные нормы бытового и делового общения, а также правила речевого этикета, позволяющие специалисту эффективно использовать иностранный язык как средство общения в современном поликультурном мире; историю и культуру стран изучаемого языка; основы перевода с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный; особенности деловой переписки;</p> <p>уметь:</p> <p>понимать аутентичную иностранную речь на слух в объеме программной тематики; читать на иностранном языке прессу, специальную литературу, публицистику, художественную литературу (изучающее, ознакомительное, просмотровое и поисковое чтение); вести общение бытового, социокультурного и профессионального характера в объеме, предусмотренном настоящей программой; письменно выражать свои коммуникативные намерения в сферах, предусмотренных настоящей программой; выступать с сообщением, рефератом, докладом на иностранном языке; составлять письменные документы, используя реквизиты делового письма, заполнять бланки на участие и т.д.; переводить с иностранного языка на русский и с русского языка на иностранный литературу по специальности.</p> <p>иметь навык:</p> <p>владеть иностранным языком как средством межличностного, межкультурного и профессионального общения.</p>	<p>Дисциплина изучается в I и II семестре.</p> <p>Трудоемкость – 9 з.ед., объем 140/ 184 часа.</p> <p>Текущая аттестация: две контрольные работы в семестр.</p> <p>Промежуточная аттестация - зачет (I семестр), экзамен (II семестр).</p>
--------------------------------	---	---	--

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходимы начальные знания иностранного языка, приобретенные при получении среднего образования.

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами специальных дисциплин на иностранном языке.

Краткое содержание учебной дисциплины: *Английский язык.* 1. Фонетика: совершенствование слухо-произносительных и ритмико-интонационных навыков; интонация фраз различного коммуникативного типа: повествования, вопроса, просьбы, приказа, восклицания; фразовое и логическое ударение. 2. Грамматика: Имя существительное: категория числа и падежа. Артикль: определенный, неопределенный, нулевой. Имя прилагательное: степени сравнения, сравнительные конструкции. Местоимение: классификация местоимений. Числительные: простые, производные и сложные, количественные, порядковые, дробные. Наречие: классификация, категория степеней сравнения. Словообразовательные модели (существительное, прилагательное, наречие, глагол). Глагол: настоящее, прошедшее и будущее простое время; настоящее, прошедшее и будущее длительное время; настоящее, прошедшее и будущее совершенное время; настоящее, прошедшее и будущее совершенное длительное время. Модальные глаголы и их эквиваленты. Страдательный залог. Согласование времен. Служебные слова: предлоги, союзы, союзные слова. Неличные формы глагола (инфинитив, причастие, герундий). Простое предложение: типы простых предложений, порядок слов, члены предложения, способы выражения подлежащего и сказуемого, правила их согласования, специфические конструкции и обороты. Порядок слов в вопросительных, отрицательных и восклицательных предложениях. Сложное предложение: сложноподчиненное и сложносочиненное предложения. Условные предложения. 3. Лексика и фразеология: наиболее употребительная лексика и фразеология, соответствующая предметно-тематическому содержанию курса, в том числе общенаучная лексика и специальная терминология; сочетаемость слов, свободные и устойчивые словосочетания; наиболее распространенные формулы-клише: знакомство, установление/поддержание контакта, выражение просьбы, согласия/несогласия с мнением собеседника/автора, начало, продолжение, завершение беседы. 4. Предметно-тематическое содержание дисциплины. Семья. Внешность и характер. Мое хобби. Образование. Учеба в Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. Еда. Здоровье и спорт. Времена года. Погода и климат. Природа, охрана окружающей среды. Республика Беларусь и страны изучаемого языка. Сельское хозяйство Беларуси и стран изучаемого языка. Моя специальность, причины ее выбора. Мир будущей профессии. Студенты на практике. Предполагаемая область применения полученных знаний, планы на будущее. 5. Типичные ситуации производственного общения.

Французский язык 1. Фонетика (систематизация): совершенствование слухо-произносительных и ритмико-интонационных навыков; интонация фраз различного коммуникативного типа: повествования, вопроса, просьбы, приказа, восклицания; фразовое и логическое ударение в сложном предложении. 2. Грамматика (систематизация): Морфология Имя существительное: категория числа и рода. Артикль: определенный, неопределенный, частичный. Имя прилагательное: категория степеней сравнения, образование женского рода и множественного числа. Местоимение: классификация местоимений, местоимения *le, у, en* . Числительные: количественные и порядковые. Наречие: степени сравнения. Глагол: особенности спряжения глаголов I, II, III групп, возвратные глаголы, безличные глаголы, временная система, пассивная форма глаголов, согласование времен. Условное и сослагательное наклонения. Неличные формы глагола: инфинитив, причастие, герундий и конструкции с ними. Служебные слова: предлоги, союзы, союзные слова. Синтаксис: Простое предложение: типы простых предложений, порядок слов, способы выражения подлежащего и сказуемого. Сложное предложение: типы придаточных предложений. Прямая и косвенная речь. Вводные слова и вводные предложения. 3. Лексика и фразеология: наиболее употребительная лексика и фразеология, соответствующая предметно-тематическому содержанию курса; сочетаемость слов, свободные и устойчивые словосочетания; наиболее распространенные формулы-

клише: знакомство, установление/поддержание контакта, выражение просьбы, согласия/несогласия с мнением собеседника/автора, начало, продолжение, завершение беседы. 4. Предметно-тематическое содержание дисциплины. Давайте познакомимся. Моя биография. Моя семья. Мой рабочий день. Мой досуг. Хобби. Образование. Учеба в Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. История сельского хозяйства. Республика Беларусь. Природа, охрана окружающей среды. Сельское хозяйство Беларуси. Молодёжь Франции. Праздники и традиции во Франции. Французские регионы. Сельскохозяйственное образование во Франции. Сельскохозяйственные предприятия страны изучаемого языка. Сельское хозяйство Франции. Моя специальность, причины ее выбора. Мир будущей профессии. Студенты на практике. Предполагаемая область применения полученных знаний, планы на будущее. 5. Типичные ситуации производственного общения.

Немецкий язык. 1. Фонетика (систематизация): совершенствование слухо-произносительных и ритмико-интонационных навыков; просодическое оформление фраз различного коммуникативного типа: повествования, вопроса, просьбы, приказа, восклицания; фразовое и логическое ударение в сложном предложении. 2. Грамматика (систематизация): Морфология: Имя существительное: Категория числа. Категория рода. Склонение существительных. Сложные существительные. Артикль: определенный, неопределенный, нулевой. Имя прилагательное: Категория степеней сравнения. Субстантивация прилагательных и причастий. Местоимение: Классификация местоимений. Личные местоимения. Притяжательные местоимения. Указательные местоимения. Относительные местоимения. Неопределенно-личное местоимение *man*. Безличное местоимение *es*. Числительные: Количественные числительные. Порядковые числительные. Дробные числительные. Глагол: Глаголы сильные и слабые. Глаголы с отделяемыми и неотделяемыми приставками. Возвратные глаголы. Временная система глагола. Модальные глаголы. Пассив: Временные формы пассива. Пассив состояния. Инфинитив пассив. Неличные формы глагола: Причастия I и II в роли определения. Частица *zu* + причастие I в роли определения. Распространенные определения. Инфинитив: Инфинитивные конструкции. Инфинитивные обороты. Наречие: Степени сравнения наречий. Местоименные наречия. Предлоги: Предлоги, управляющие дательным падежом. Предлоги, управляющие винительным падежом. Предлоги, управляющие дательным и винительным падежом. Предлоги, управляющие родительным падежом. Синтаксис: Простое предложение: Порядок слов в простом, вопросительном и побудительном предложениях. Сложное предложение: Порядок слов в сложном предложении. Сложносочиненное предложение. Сложноподчиненное предложение. Виды придаточных предложений: Придаточные дополнительные. Придаточные времени. Придаточные цели. Придаточные причины. Придаточные места. Придаточные следствия. Придаточные уступительные. Придаточные сравнительные. Придаточные пропорции. Придаточные условия. Придаточные определительные. Придаточные образа действия. 3. Лексика и фразеология: наиболее употребительная лексика и фразеология, соответствующая предметно-тематическому содержанию курса; сочетаемость слов, свободные и устойчивые словосочетания; наиболее распространенные формулы-клише: знакомство, установление/поддержание контакта, выражение просьбы, согласия/не согласия с мнением собеседника/автора, начало, продолжение, завершение беседы; общенаучная лексика и терминология. Объем лексического материала – 1500 лексических единиц (продуктивно), из них 300 – терминологическая лексика. 4. Предметно-тематическое содержание дисциплины: Биография студента. Свободное время. Путешествия. Белорусская государственная сельскохозяйственная академия. Республика Беларусь. Австрия. Швейцария. Германия. Сельское хозяйство РБ. Сельское хозяйство Германии. Моя специальность, причины ее выбора. Мир будущей профессии. 5. Профессиональная лексика. 6. Типичные ситуации производственного общения.

Информационные

Решать стандартные задачи

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

Дисциплина изучается

<p>технологии</p>	<p>профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий.</p>	<p>знать: базовые понятия ИТ, функциональные элементы компьютеров и компьютерных сетей, назначение и состав системного и прикладного программного обеспечения; основы программирования в среде офисных приложений; технологии управления компьютерной системой; понятие базы данных (БД) и подходы к проектированию БД; функциональные возможности систем управления базами данных СУБД и языка SQL; принципы организации информационных систем (ИС) в предметной области; стандарты в области ИС; технологии моделирования бизнес-процессов; основы информационной безопасности ИС и противодействия киберпреступлениям;</p> <p>уметь: определять конфигурацию персонального компьютера; использовать средства офисных программных продуктов на профессиональном уровне; осуществлять поиск по полученному заданию, сбор и анализ данных, необходимых для проведения конкретных экономических расчетов; расширять функционал офисных программных продуктов с помощью технологии макросов и программирования; проектировать БД; работать в системах искусственного интеллекта; решать экономические задачи средствами информационных систем;</p> <p>иметь навык: профессиональной обработки текстовых и табличных документов; технологий создания БД и их приложений; методов обеспечения сохранности и защиты данных в условиях компьютерной обработки информации.</p>	<p>в I и II семестрах. Трудоемкость – 9 з.ед., объем – 138/172 часа. Текущая аттестация: 8 тестов, 4 контрольные работы, реферат Промежуточная аттестация - зачет (I семестр), экзамен (II семестр).</p>
--------------------------	--	---	--

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков за курс средней школы по учебной дисциплине: «Информатика».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Экономико-математические методы и модели», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Статистика».

Краткое содержание учебной дисциплины: подготовка к использованию современных информационных технологий (ИТ), базирующихся на применении средств вычислительной техники и сетевых технологий, в качестве инструмента для решения профессиональных задач; приобре-

тение теоретических сведений о современных технологиях хранения и обработки данных и практических навыков их использования при решении прикладных задач; изучение возможностей информационных систем в цифровой экономике.

Математический модуль

<p>Высшая математика</p>	<p>Использовать математические методы обработки данных для описания и анализа процессов, происходящих в АПК.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: методы матричной алгебры и аналитической геометрии, математический аппарат функций одной и многих переменных, основы дифференциальных уравнений, числовые и степенные ряды, транспортную задачу, математический аппарат линейного, целочисленного, нелинейного и динамического программирования;</p> <p>уметь: решать задачи матричной алгебры, аналитической геометрии и математического анализа, математического программирования; анализировать задачи с экономическим содержанием; исследовать оптимизационные задачи методами математического программирования с использованием компьютерных технологии;</p> <p>иметь навык: применения методов матричной алгебры, аналитической геометрии, дифференциального и интегрального исчисления, математического программирования при решении математических и экономических задач.</p>	<p>Дисциплина изучается в I, II и III семестрах Трудоемкость – 9 з.ед., объем – 142/186 часов. Текущая аттестация: три контрольные работы в каждом семестре. Промежуточная аттестация - зачет (I семестр), экзамен (II семестр), зачет (III семестр).</p>
---------------------------------	--	--	---

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: алгебра (среднее образование) – в полном объеме; геометрия (среднее образование) – в полном объеме.

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Макроэкономика», «Статистика», «Эконометрика».

Краткое содержание учебной дисциплины: 1. Элементы линейной алгебры. 2. Элементы векторной алгебры. 3. Элементы аналитической геометрии. 4. Введение в математический анализ функции одной переменной. 5. Дифференциальное исчисление функции одной переменной и его применение к исследованию функции. 6. Интегральное исчисление функции одной переменной. 7. Функции нескольких переменных. 8. Обыкновенные дифференциальные уравнения. 9. Числовые и функциональные ряды.

<p>Теория вероятностей</p>	<p>Использовать основные математические понятия и методы</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p>	<p>Дисциплина изучается в III семестре.</p>
-----------------------------------	--	--	---

	<p>вычисления для анализа и моделирования экономических процессов</p>	<p>основные понятия и теоремы теории вероятностей, законы распределения случайных величин; методы обработки и анализа статистических данных;</p> <p>уметь: применять вероятностные и статистические методы для решения экономических задач;</p> <p>иметь навык: владения методами теории вероятностей и математической статистики при решении математических и экономических задач.</p>	<p>Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 54/66 часов. Текущая аттестация: 3 модуля. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Высшая математика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Макроэкономика», «Статистика», «Эконометрика».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Основные понятия и теоремы теории вероятностей. Схема повторных независимых испытаний. Случайные величины и их основные законы распределения. Закон больших чисел и предельные теоремы. Многомерные случайные величины. Основы математической статистики. Статистическое оценивание. Проверка статистических гипотез. Основы дисперсионного анализа. Корреляционно-регрессионный анализ.</p>			
<p>Модуль «Статистика и эконометрика»</p>			
<p>Статистика</p>	<p>Оперировать основными понятиями и методами статистики, применять статистический инструментарий для количественной оценки массовых социально-экономических явлений и процессов, устанавливать статистические закономерности их развития.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: теорию статистического наблюдения, статистической сводки и группировки; официальную статистическую методологию организации и проведения государственных статистических наблюдений и формирования официальной статистической информации; сущность обобщающих статистических показателей; методы анализа статистических показателей; классификацию субъектов хозяйствования и видов экономической деятельности; концептуальные основы системы национальных счетов по стандартной методологии ООН; основы официальной статистической методологии по составлению экономических балансов;</p> <p>уметь:</p>	<p>Дисциплина изучается в IV семестре. Трудоемкость – 6 з.ед., объем – 84/132 часа. Текущая аттестация: два модуля. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		<p>корректно производить отбор единиц наблюдаемой совокупности; анализировать с помощью системы статистических показателей состояние и развитие общественных явлений; выявлять взаимосвязи и закономерности в развитии социально-экономических явлений; оценивать уровень и динамику показателей эффективности функционирования экономики; исчислять и анализировать макроэкономические показатели национальных счетов, населения, трудовых ресурсов, рабочей силы, уровня жизни населения, эффективности национальной экономики;</p> <p>иметь навык: системного и сравнительного анализа; междисциплинарного подхода при решении экономических проблем; применения методов анализа статистических данных.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Высшая математика», «Экономическая теория», «Микроэкономика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Эконометрика», «Национальная экономика Беларуси», «Бухгалтерский учет».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> 1. Основные понятия и теоремы теории вероятностей. 2. Схема повторных независимых испытаний. 3. Случайные величины и их основные законы распределения. 4. Закон больших чисел. 5. Математическая статистика.</p>			
<p>Эконометрика</p>	<p>Применять понятия, методы эконометрики, эконометрические модели и инструменты для количественной оценки статистических зависимостей индикаторов социально-экономического развития.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: методы статистического оценивания параметров и проверки гипотез, используемые при построении эконометрических моделей регрессионного типа; методы статистического анализа, моделирования и прогнозирования экономических временных рядов временных рядов; методы статистического оценивания параметров и проверки гипотез, используемые при построении многомерных эконометрических моделей типа векторной авторегрессии, векторной модели коррекции ошибок и систем одновременных уравнений;</p>	<p>Дисциплина изучается в V семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 72/48 часов. Текущая аттестация: проведение опросов; защита выполненных на практических (лабораторных) занятиях индивидуальных заданий. Промежуточная атте-</p>

		<p>уметь: строить основные типы эконометрических моделей экономических и финансовых процессов; производить анализ адекватности построенных эконометрических моделей; применять эконометрические модели для анализа причинно-следственных связей между экономическими переменными, прогнозирования значений экономических переменных, построения и выбора вариантов (стратегий) экономической политики на основе экспериментов с моделью;</p> <p>иметь навык: владеть основами эконометрического анализа, моделирования и прогнозирования; навыками построения и использования эконометрических моделей с помощью стандартного эконометрического программного обеспечения; элементами экономического анализа моделируемых процессов, эконометрических моделей и результатов эконометрического моделирования.</p>	<p>стация - экзамен.</p>
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Макроэкономика», «Микроэкономика», «Статистика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Инвестиционное проектирование», «Экономико-математические методы и модели».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Освоение теоретических основ эконометрического моделирования, анализа и прогнозирования, а также формирование практических навыков построения и использования эконометрических моделей с помощью стандартного эконометрического программного обеспечения.</p>			
<p>Модуль «Экономика 1»</p>			
<p>Экономическая теория</p>	<p>Применять мотивы проведения субъектов рыночной экономики, особенности экономических процессов в Республике Беларусь и других странах, анализировать экономическую ситуацию, применять полученные теоретические</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основные понятия и принципы курса «Экономическая теория»; механизм функционирования и саморегулирования рыночной экономики; «неудачи» рынка» и направления государственного регулирования экономики; мотивы поведения потребителей и товаропроизводителей в рыночной экономике; экономическую логику функционирования денежно-</p>	<p>Дисциплина изучается в I семестре. Трудоемкость – 3 з.ед., объём – 72/50 часов. Текущая аттестация: две контрольные работы. Промежуточная атте-</p>

	<p>знания в качестве методологической основы изучения прикладных экономических дисциплин</p>	<p>кредитной и финансовой систем; особенности протекания экономических процессов в Республике Беларусь; основы функционирования мировой экономики и формирования валютных курсов;</p> <p>уметь: анализировать и систематизировать экономическую информацию; применять полученные знания при принятии производственных решений в будущей профессиональной деятельности; компетентно излагать и обосновывать свою точку зрения при обсуждении экономических проблем; решать задачи и тесты, закрепляющие учебный материал;</p> <p>иметь навык: базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач; навыками работы с различными источниками информации для проведения экономических расчетов и осуществления собственной аналитической работы.</p>	<p>стация - экзамен.</p>
<p><u>Пререкзиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по учебным дисциплинам за курс средней школы.</p> <p><u>Пост реkvизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Международная экономика».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Экономическая теория - наука о принятии решений субъектами рыночных отношений в условиях безграничных потребностей и ограниченных ресурсов. теория – наука о принятии решений субъектами рыночных отношений в условиях безграничных потребностей и ограниченных ресурсов.</p>			
<p>Микроэкономика</p>	<p>Понимать поведение потребителей и организаций в рыночной экономике, механизмы ценообразования на товарных и ресурсных рынках, условия общего экономического равновесия, направления, инструменты и границы государственной микроэкономической политики, применять теорети-</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основные понятия и принципы учебной дисциплины «Микроэкономика»; основы поведения потребителей и производителей в рыночной экономике; механизмы ценообразования на товарных и ресурсных рынках; условия общего равновесия и экономической эффективности; направления, методы и экономические границы государственной микроэкономической политики.</p> <p>уметь:</p>	<p>Дисциплина изучается в II семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 68/54 часа. Текущая аттестация: две контрольные работы. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

	<p>ческие знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора</p>	<p>анализировать микроэкономические процессы, происходящие в Республике Беларусь и за рубежом; использовать теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора; аргументированно отстаивать свою точку зрения в дискуссиях по актуальным проблемам микроэкономики; решать задачи и тесты, закрепляющие учебный материал.</p> <p>иметь навык:</p> <p>владеть базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач; междисциплинарным подходом при решении макроэкономических проблем; современными средствами коммуникации; методами оценки конкурентоспособности и экономической эффективности разрабатываемых технологий.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужит основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Макроэкономика», «Национальная экономика Беларуси».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Микроэкономика как наука представляет собой именно то направление исследования экономической жизни общества, задачей которого является выявление закономерностей экономического поведения субъектов рынка – потребителей и производителей, осуществления ими выбора оптимальных решений в условиях ограниченности ресурсов.</p>			
<p>Модуль «Экономика 2»</p>			
<p>Макроэкономика</p>	<p>Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации.</p> <p>Понимать механизмы функционирования агрегированных рынков и инструменты бюджетно-налоговой и денежно-кредитной политики, анализировать макроэкономические процессы, происходящие в</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>основные макроэкономические понятия; закономерности функционирования экономики страны; механизм влияния внешних (экзогенных) факторов на состояние национальной экономики;</p> <p>механизм влияния инструментов макроэкономической политики на состояние национальной экономики;</p> <p>уметь:</p> <p>искать и интерпретировать макроэкономические данные; анализировать макроэкономические процессы, происходящие в</p>	<p>Дисциплина изучается в III семестре.</p> <p>Трудоёмкость – 6 з.ед., объём – 90/126 часов.</p> <p>Текущая аттестация: две контрольные работы. Выполнение курсовой работы.</p> <p>Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

	Республике Беларусь и других странах, оценивать результаты макроэкономической политики	<p>стране; прогнозировать развитие экономики страны с учетом состояния внешней среды и проводимой макроэкономической политики; использовать макроэкономический анализ для принятия рациональных управленческих и поведенческих решений; аргументированно отстаивать свою точку зрения в дискуссиях по актуальным проблемам макроэкономики;</p> <p>иметь навык: владеть базовым инструментарием проведения макроэкономического анализа.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Микроэкономика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Международная экономика», «Национальная экономика Беларуси».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Макроэкономика как наука исследует функционирование национальной экономики как единого целого. Ее изучение позволит будущим специалистам лучше понимать важнейшие функциональные зависимости между агрегированными экономическими переменными, глубоко анализировать происходящие в стране макроэкономические процессы и предвидеть воздействие тех или иных мер государственного макроэкономического регулирования на результаты деятельности конкретных субъектов хозяйствования.</p>			
Международная экономика	Определять и анализировать современные тенденции развития международной экономики, осуществлять выбор оптимальных инструментов и регулирования внешнеэкономической деятельности.	<p>В результате освоения дисциплины студент должен:</p> <p>знать: предмет и методологию курса, содержание, этапы формирования теории мировой экономики и МЭО, структуру и тенденции развития мировой экономики; основные тенденции развития международных рынков товаров, услуг, капитала, рабочей силы; содержание, основные статьи платежного баланса; содержание международных валютных отношений и их составляющих;</p> <p>уметь: оценивать процессы, происходящие в международной экономике, определять тенденции и перспективы развития стран, групп стран, международной экономики в целом; оценивать процессы, идущие на мировых рынках товаров, услуг, рабочей силы, валют, информации, технологий, объектов интеллектуальной собственности; использовать формы</p>	Дисциплина изучается в IV семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 50/70 часов. Текущая аттестация: две контрольные работы. Промежуточная аттестация - зачет.

		<p>и методы, инструменты национального, межгосударственного и наднационального регулирования международных экономических отношений; анализировать состояние мирохозяйственных связей для принятия управленческих решений;</p> <p>иметь навык:</p> <p>решения практических задач; анализа современных тенденций развития мировых рынков; проведения системного и сравнительного анализа для интерпретации динамики основных экономических показателей и оценки их влияния на процессы, происходящие в международной экономике.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Макроэкономика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Национальная экономика Беларуси»; «Агробизнес».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> 1. Предмет дисциплины. Международная экономика: структура и тенденции развития. 2. Теории международной торговли. 3. Международная торговля и рынки. 4. Национальное и международное регулирование торговли. 5. Международное движение капитала. 6. Международная миграция трудовых ресурсов. 7. Международная экономическая интеграция. 8. Платежный баланс. 9. Мировая валютная система и валютный рынок. 10. Макроэкономическое равновесие и политика в открытой экономике.</p>			
<p>Национальная экономика Беларуси</p>	<p>Понимать особенности и механизм функционирования национальной экономики, оценивать ресурсный потенциал и конкурентные преимущества, определять тенденции и перспективы ее развития для решения текущих экономических проблем и реализации стратегических целей и задач социально-экономического развития</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>основные теории и концепции формирования перспективной модели национальной экономики, цели, содержание и специфику государственного регулирования экономики в условиях перехода к устойчивому развитию; национальную экономику Республики Беларусь как социально-экономическую систему в ее воспроизводственном, отраслевом, технологическом и региональном структурных разрезах, характерные черты белорусской модели социально-экономического развития;</p> <p>уметь:</p> <p>выявлять, характеризовать и анализировать целостную си-</p>	<p>Дисциплина изучается в IV семестре.</p> <p>Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 68/54 часа.</p> <p>Текущая аттестация: два модуля.</p> <p>Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		<p>стему национальной экономики, темпы роста производства, структуру экономики, внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие макроэкономических решений, особенности развития национальной экономики на соответствующих исторических этапах, проблемы в системе национальной экономики в ее отдельных сферах и отраслях;</p> <p>иметь навык: владеть навыками составления отдельных разделов социально-экономических прогнозов в зависимости от уровня управления, а также организации контроля над их выполнением; методами оценки конкретных ситуаций и принятия решений о направлениях развития национальной экономики Республики Беларусь.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Международная экономика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Агробизнес», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> 1. Научные основы национальной экономики. 2. Основные макроэкономические показатели и пропорции. 3. Рост национальной экономики. 4. Экономический потенциал Беларуси. 5. Хозяйственные комплексы национальной экономической системы. 6. Региональная структура национальной экономики. 7. Экономическая роль государства в Республике Беларусь. 8. Формирование рыночных механизмов и структурная трансформация экономики. 9. Межстрановая и мирохозяйственная интеграция.</p>			
<p>Модуль «Маркетинг»</p>			
<p>Теория маркетинга</p>	<p>Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации.</p> <p>Понимать основные понятия, концепции и виды маркетинга, реализовывать процесс сегментирования рынка и позиционирования организации/товара на нем, использовать аналитический инструмента-</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: сущность, основные понятия и категории маркетинга; концепции и виды маркетинга; инструменты анализа маркетинговой среды организации; информационное обеспечение маркетинга; виды и процесс маркетинговых исследований; подходы к сегментированию и стратегии позиционирования; основы поведения потребителей и формирующие его факторы; базовую модель комплекса маркетинга и расширенные модели маркетинг-микса; тенденции и тренды современного маркетинга;</p>	<p>Дисциплина изучается в III и IV семестрах.</p> <p>Трудоемкость – 9 з.ед., объем –158/194 часа.</p> <p>Выполнение курсовой работы.</p> <p>Текущая аттестация: опрос, тестирование.</p> <p>Промежуточная аттестация - зачет (III семестр), экзамен (IV се-</p>

	<p>рий для планирования и реализации концепции маркетинга, оценивать эффективность маркетинговой деятельности.</p>	<p>уметь: формировать концепцию маркетинга для конкретных областей и сфер деятельности; осуществлять анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации; осуществлять сегментацию и позиционирование в рамках STM- маркетинга; отбирать, оценивать и анализировать маркетинговую информацию; планировать проведение кабинетных и полевых маркетинговых исследований; разрабатывать маркетинг-микс для организации; анализировать и оценивать комплекс маркетинговых коммуникаций организации в онлайн и офлайн каналах; оценивать эффективность маркетинговой деятельности организации;</p> <p>иметь навык: владеть знаниями, позволяющими проводить аналитическую работу в сфере маркетинга с применением различных методов и методик; владеть подходами к проведению маркетинговых исследований; владеть инструментами сегментации рынка; владеть методами выбора варианта стратегии позиционирования продукции/организации; владеть знаниями для формирования и реализации стратегий в области товара, цены, распределения и продвижения; владеть навыками использования современных информационных технологий в маркетинге; владеть методами оценки эффективности маркетинговой деятельности.</p>	<p>местр).</p>
--	--	--	----------------

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Поведение потребителей», «Ценообразование».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинговые исследования и аналитика», «Менеджмент маркетинга», «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Каналы дистрибуции и маркетинговая логистика».

Краткое содержание учебной дисциплины: Маркетинг и его роль в деятельности организаций и жизни общества. Становление и развитие маркетинга. Концепция маркетинга. Маркетинговая среда. Информационное обеспечение маркетинга. Маркетинговые исследования. Сегментация рынка. Поведение потребителей и покупателей. Товарная политика. Товарный знак. Ассортиментная политика предприятия. Упаковка и маркировка товара. Ценовая политика предприятия. Ценовые стратегии и управление ценами. Политика продвижения. Элементы комплекса

продвижения. Политика распределения. Оптовая и розничная торговля. Управление каналами распределения. Прямой маркетинг. Маркетинг взаимоотношений. Управление маркетингом.

<p>Стратегический маркетинг</p>	<p>Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск анализ и синтез информации.</p> <p>Понимать особенности реализации стратегического маркетинга в деятельности организаций разной отраслевой направленности, проводить аудит маркетинга, определять целевой рынок, оценивать конкурентный потенциал бизнеса, уверенно пользоваться различными методами при разработке маркетинговых стратегий.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: современные подходы к осуществлению маркетингового планирования; методы и приемы проведения маркетинга аудита, сегментации рынка, позиционирования брендов; набор тактических маркетинговых инструментов для реализации маркетинговых стратегий на разных стадиях жизненного цикла и в различных конкурентных позициях;</p> <p>уметь: определять перспективные рынки, нужды и потребительские требования; анализировать конкурентные позиции и конкурентный потенциал организации; составлять прогнозы продаж организации по различным рынкам, продуктам, сегментам; определять целевую аудиторию организации; разрабатывать ценностное предложение и концепции позиционирования бренда на рынке; разрабатывать кратко-, средне- и долгосрочные маркетинговые планы; определять оптимальный для организации портфель бизнесов, брендов, продуктов;</p> <p>иметь навык: составления резюме проекта, бизнес-модели и системы сбалансированных показателей проекта; владеть методикой проведения маркетинговых исследований потребителей, конкурентов, рынка; подготовки SWOT-анализа; построения карт позиционирования, конкурентных карт рынка, схем сегментации рынка, построения карт клиентского опыта; использования матричных методов GE, ADL, BCG; составления маркетинговых программ; подготовки маркетинговых бюджетов; владеть методом расчета финансовых и маркетинговых показателей обоснования проекта.</p>	<p>Дисциплина изучается в V семестре.</p> <p>Трудоемкость – 6 з.ед., объем – 90/90 часов.</p> <p>Текущая аттестация: устный опрос, тестирование.</p> <p>Промежуточная аттестация - экзамен.</p>
--	---	---	---

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учеб-

ным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Товарная политика предприятия».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Международный маркетинг», «Менеджмент маркетинга», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».

Краткое содержание учебной дисциплины: Сущность стратегического маркетинга. Базовые стратегии роста организации и маркетинговые инструменты их реализации. Управление стратегическим маркетингом. Аудит маркетинга. Оценка маркетинговых возможностей организации. Конкурентный потенциал и конкурентные стратегии развития организации. Маркетинговые стратегии организации на стадиях зрелости рынка. Основы портфолио-анализа. Рыночная сегментация и клиентоориентированность. Брендинг и позиционирование. Реализация маркетинговых стратегий на уровне товара. Реализация маркетинговых стратегий на уровне цены. Реализация маркетинговых стратегий на уровне дистрибуции. Реализация маркетинговых стратегий на уровне коммуникаций. Маркетинг-планы, оценка рисков реализации проектов, детальные маркетинговые программы.

Международный маркетинг	Реализовывать концепцию международного маркетинга в профессиональной деятельности, применять подходы к изучению и анализу международной маркетинговой среды, разрабатывать стратегии проникновения на мировой рынок и соответствующие им маркетинговые планы и программы с применением информационных технологий.	В результате освоения учебной дисциплины студент должен: знать: сущность концепции международного маркетинга и основные проблемы её реализации; основные группы факторов среды международного маркетинга и их влияние на маркетинговую деятельность; особенности проведения международных маркетинговых исследований и критерии выбора целевых сегментов зарубежного рынка; способы выхода предприятия на внешний рынок и основные факторы, оказывающие влияние на решения о выборе способа присутствия за рубежом; специфические особенности комплекса международного маркетинга; основные виды международных маркетинговых стратегий; особенности международного маркетингового планирования и управления международным маркетингом; уметь: разрабатывать общую политику, стратегию и тактику международного маркетинга; находить пути решения проблем реализации концепции международного маркетинга; учитывать особенности среды международного маркетинга при разработке маркетинговых мероприятий; организовывать и проводить международные маркетинговые исследования и выбирать наиболее эффективные зарубежные рынки; прово-	Дисциплина изучается в VI семестре. Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 50/70 часов. Текущая аттестация: устный опрос, тестирование. Промежуточная аттестация - экзамен.
--------------------------------	---	---	---

		<p>дить оценку конкурентоспособности товара на зарубежном рынке и разрабатывать стратегические и тактические меры по её повышению; осуществлять эффективное управление комплексом международного маркетинга;</p> <p>иметь навык:</p> <p>использования методики оценки элементов среды международного маркетинга; разработки эффективного комплекса международного маркетинга; применения инструментов и методов используемых при разработке и реализации основных направлений маркетинговой деятельности организаций на внешних рынках; разработки плана и программы маркетинга на внешних рынках; разработки стратегических, тактических и оперативных маркетинговых решений с учетом специфики внешних рынков.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Товарная политика предприятия», «Стратегический маркетинг».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Менеджмент маркетинга», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Концепция международного маркетинга, международная маркетинговая среда, международные маркетинговые исследования и выбор внешних рынков, способы и формы выхода товаропроизводителей на зарубежные рынки, товарная политика на внешних рынках, распределение товаров на внешнем рынке, ценовая политика в международном маркетинге, международные маркетинговые коммуникации.</p>			
<p>Модуль «Технологии маркетинга»</p>			
<p>Маркетинговые исследования и аналитика</p>	<p>Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации.</p> <p>Организовывать и проводить маркетинговые исследования и аналитику рыночных данных с учетом методологии маркетинговых исследований.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>основные понятия маркетинговых исследований; правила, принципы и порядок организации маркетинговых исследований рынка, потребителей, коммуникаций и др.; способы расчета выборочных совокупностей; методы сбора качественной и количественной информации; инструменты полевого и офисного редактирования маркетинговой информации; варианты кодирования и очистки маркетинговых данных; основы маркетинговой аналитики; методы анализа мар-</p>	<p>Дисциплина изучается в IV и V семестрах.</p> <p>Трудоемкость – 6 з.ед., объем – 122/106 часов.</p> <p>Текущая аттестация: модули в виде письменных контрольных работ, лабораторных работ, практических заданий и тестов.</p>

		<p>кетинговой информации и особенности их применения при решении различных маркетинговых задач;</p> <p>уметь: идентифицировать проблему маркетингового исследования; самостоятельно выбирать необходимый тип исследования и разрабатывать его план; генерировать рабочую гипотезу, проверяемую в процессе маркетингового исследования; разрабатывать сценарий для реализации качественных методов сбора маркетинговой информации; рассчитывать объем выборки; разрабатывать формы для сбора количественной информации; анализировать маркетинговую информацию с применением инструментов маркетинговой аналитики; обосновывать выбор эффективных маркетинговых инструментов на основе веб-аналитики; осуществлять подготовку отчета о проведенном маркетинговом исследовании;</p> <p>иметь навык: владеть методами расчета выборочных совокупностей; владеть навыками очистки и кодирования маркетинговых данных; современными инструментами веб-аналитики; владеть статистическими методами анализа маркетинговой информации.</p>	Промежуточная аттестация - зачет (в IV семестре), экзамен (в V семестре).
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Поведение потребителей».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Стратегический маркетинг», «Международный маркетинг», «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Цифровой маркетинг», «Менеджмент маркетинга», «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Учебная дисциплина «Маркетинговые исследования и аналитика» в процессе подготовки специалиста маркетолога являются одной из самых важных дисциплин, формирующих профессиональные знания в области маркетинга. Маркетинговые исследования создают научно и практически обоснованную базу для принятия квалифицированных решений управленческим аппаратом фирмы и ее высшим руководством.</p>			
Интегрированные маркетинговые коммуникации	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	В результате освоения учебной дисциплины студент должен: знать: сущность, эволюцию, инструменты и законодательные акты	Дисциплина изучается в IV и V семестрах. Трудоемкость – 6 з.ед.,

	<p>сти. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности.</p> <p>Внедрять систему интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельность организации, реализовывать эффективное продвижение товаров и услуг на рынке, планировать тактические и стратегические программы интегрированных маркетинговых коммуникаций.</p>	<p>в области интегрированных маркетинговых коммуникаций; методы и инструменты разработки и обоснования бизнес-проектов интегрированной маркетинговой коммуникационной кампании, обеспечивающей эффективную коммерческую деятельность; маркетинговые инструменты экономического обоснования управленческих решений по реализации бизнес-проекта интегрированной маркетинговой коммуникационной кампании с учетом факторов риска;</p> <p>уметь: давать оценку эффективности использования основных инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций для снижения риска при реализации проектов; разрабатывать комплекс мер по адаптации интегрированных маркетинговых коммуникаций в бизнесе к изменениям внешней и внутренней среды; рассчитывать комплексную экономическую эффективность проектов по развитию интегрированных маркетинговых коммуникаций, самостоятельно выбирать необходимый тип исследования и разрабатывать его план;</p> <p>иметь навык: владеть навыками проведения интегрированной маркетинговой коммуникационной кампании; владеть методами анализа экономической эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций в бизнесе; владеть навыками презентации учебных проектов; владеть навыками групповой работы.</p>	<p>объем – 122/118 часов. Текущая аттестация: модули в виде письменных контрольных работ, творческого проекта и тестов. Промежуточная аттестация - зачет (в IV семестре), экзамен (в V семестре).</p>
--	---	---	---

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Поведение потребителей».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Стратегический маркетинг», «Международный маркетинг», «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Цифровой маркетинг», «Менеджмент маркетинга», «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика».

Краткое содержание учебной дисциплины: Учебная дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации» в процессе подготовки специалиста маркетолога являются одной из самых важных дисциплин, формирующих профессиональные знания в области маркетинга. Маркетинговые коммуникации создают средства для осуществления принятых управленческим аппаратом фирмы решений и формируют стратегию и тактику их применения.

Компонент учреждения образования			
Социально-гуманитарный модуль 2			
<p>Политология</p>	<p>Обладать способностью анализировать политические события, процессы, отношения, владеть культурой политического мышления и поведения, использовать основы политологических знаний для формирования культуры осознанного политического выбора, утверждения социально-ориентированных ценностей</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основные политологические категории, подходы к анализу политических явлений в современном мире; специфику формирования и функционирования политических систем; сущность, структуру политических институтов и процессов в современном мире и Республике Беларусь; принципы, цели и основные задачи внутренней политики Республики Беларусь; систему современных международных политических отношений, принципы, цели и основные задачи внешней политики Республики Беларусь; современные политические идеологии; сущность политической культуры, особенности её национальных моделей;</p> <p>уметь: понимать политологию как науку об управлении обществом и государством; характеризовать политические системы и институты в современном мире и Республике Беларусь; проводить сравнительный анализ различных типов политических систем; анализировать политические процессы в современном мире и Республике Беларусь; оценивать перспективы развития современных политических процессов; участвовать в формировании политической системы белорусского общества как избиратель, проявлять культуру конструктивного политического участия; анализировать идеологические процессы в современном мире;</p> <p>иметь навык: современными методами оценки характера и функций государственной политики и управления; навыками критического и сравнительного анализа политических процессов и явлений; принципами программного Закона «Об утверждении основных направлений внутренней и внешней политики</p>	<p>Дисциплина изучается в I семестре. Трудоёмкость – 2 з.ед., объём – 36/ 36 часа. Текущая аттестация: устный опрос на занятиях, тестирование. Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет.</p>

		Республики Беларусь»; навыками определения и анализа внешне- и внутривластных задач современного государства.	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Философия».</p> <p><u>Пост репреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами в следующих учебных дисциплин: «Личностно-профессиональное развитие специалиста», «Социология», «История белорусской государственности», «Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> учебная программа предполагает изучение специфики политологии как науки о политике и политической власти, истории развития и становления политической науки, политических систем и институтов, политических процессов, политического сознания и политической культуры, политических идеологий, основ идеологии белорусского государства, государственного управления и государственной политики Республики Беларусь, международных политических отношений и внешней политики Республики Беларусь.</p>			
Социология /Культурология	Обладать способностью анализировать происходящие в обществе процессы, осуществлять их социологическую диагностику, прогнозировать, упреждать или минимизировать последствия кризисных явлений в различных сферах жизнедеятельности / Обладать способностью анализировать процессы и явления национальной и мировой культуры, устанавливать межличностное взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий	<p>В результате освоения учебной дисциплины «Социология» студент должен:</p> <p>знать: основные парадигмы, концепции, функции, уровни, категории и методы социологической науки; особенности, оценки, проблемы и тенденции развития современного общества;</p> <p>уметь: анализировать проблемы, тренды и перспективы развития современного общества; объяснять особенности и тенденции развития основных социальных институтов и процессов;</p> <p>иметь навык: обладать базовыми теоретико-методологическими знаниями и практическими навыками для изучения социальных процессов в современном обществе.</p> <p>В результате освоения учебной дисциплины «Культурология» студент должен:</p> <p>знать: основные категории, понятия теории культуры; структуру и функции культуры; основные культурологические концепции; типологическую структуру культуры; особенности культурных эпох и стилей; специфику культурологического анализа</p>	Дисциплина изучается во II семестре. Трудоёмкость – 2 з.ед., объём – 36/36 часов. Текущая аттестация: тестирование. Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет.

		<p>современных процессов и явлений;</p> <p>уметь: выявлять и обосновывать значимость культурологических знаний для анализа и объективной оценки фактов и явлений мировой и отечественной культуры; объяснять основные процессы генезиса и динамики мировой и национальной культуры; раскрыть сущность и формы межкультурного взаимодействия; применять полученные знания в изучении дисциплин естественнонаучного цикла, философии, социологии, истории; делать самостоятельные выводы по вопросам ценностного отношения к культурному прошлому и современности; применять культурологические знания в решении вопросов профессиональной деятельности и в повседневной жизни;</p> <p>иметь навык: анализа основных категорий культурологии, ее роли в социальной и гуманитарной области, развитии личности и личностной культуры; культурного взаимодействия в поликультурной и полиэтнической среде; анализа содержания и структуры современных культурных индустрий; публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа событий культурной жизни; работы с научными культурологическими источниками; аргументированного изложения личностной позиции по актуальным проблемам теории и истории культуры; выражения и обоснования собственной точки зрения по вопросам ценностного отношения к культурному прошлому; граждански и политически взвешенного поведения, корректировки своих ценностных ориентаций, взглядов и действий.</p>	
--	--	---	--

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Философия», «Политология».

Пост реквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «История белорусской государственности», «Личностно-профессиональное развитие специалиста».

Краткое содержание учебной дисциплины: «Социология» позволяет приобрести обучающимся систематизированные знания о социологии

как науке, сформировать у них умения и навыки анализировать происходящие в обществе процессы, осуществлять их социологическую диагностику, прогнозировать, упреждать или минимизировать последствия кризисных явлений в различных сферах жизнедеятельности современного социума. Содержание учебной дисциплины «Культурология» ориентирует на осмысление общечеловеческих культурных ценностей в соответствии с ценностями белорусской национальной культуры. Изучение направлено на расширение общекультурного кругозора обучающихся, формирование ценностного ядра их мировоззрения, характеристики которого определяют эффективность профессиональной деятельности.

<p>Личностно-профессиональное развитие специалиста</p>	<p>Обладать способностью разрабатывать и реализовать методики и технологии самоорганизации и самообразования, проектировать траектории своего профессионального роста и личностного развития, осознанно осуществлять педагогическую работу с детьми в условиях семьи в разных видах деятельности</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: роль образования в воспроизводстве и развитии человеческого капитала; мировые образовательные тенденции и направления развития системы образования Республики Беларусь; новые требования к развитию личности и ее компетенциям, которые выдвигает цифровая экономика; современные концепции, модели, технологии образования и развития личности; способы мотивации и регуляции (саморегуляции) поведения и деятельности личности (группы); технологии организации творческого решения проблем индивидуально и в команде; стратегии управления профессиональной карьерой;</p> <p>уметь: учитывать социокультурные тенденции, закономерности и принципы социально-образовательных процессов при разработке и реализации собственного образовательного маршрута в учреждении образования; осуществлять адекватную самооценку, разрабатывать проекты самообразования, самовоспитания и личностно-профессионального самосовершенствования; организовывать продуктивное межличностное и социально-профессиональное взаимодействие с учетом инклюзивной, поликультурной, межотраслевой среды, индивидуально-психологических и личностных особенностей людей, их возрастных и гендерных различий; организовывать эффективную деловую коммуникацию через разнообразные формы общения и управлять ею с учетом ее целей, индиви-</p>	<p>Дисциплина изучается в II семестре. Трудоёмкость – 2 з.ед., объём – 36/36 часов. Текущая аттестация: устный опрос, тестирование, реферат. Промежуточная аттестация - дифференцированный зачёт.</p>
---	--	---	---

		<p>дуальных особенностей участников и социокультурных условий; использовать креативные методики при решении задач в различных сферах жизнедеятельности;</p> <p>иметь навык: использовать креативные методики при решении задач в различных сферах жизнедеятельности; владеть обобщенными психолого-педагогическими знаниями и умениями; методами и технологиями в социально-профессиональной сфере, семейной жизнедеятельности, при проведении обучающих занятий с персоналом.</p>	
<p>Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Философия», «Политология».</p> <p>Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Социология», «Культурология», «История белорусской государственности»,</p> <p>Краткое содержание учебной дисциплины: Изучение вопросов современного образования как социального и личностного ресурса XXI века, творчества и творческого потенциала личности, развития лидерских качеств специалиста, эффективных способов построения профессиональной карьеры, формирования имиджа специалиста. Содержание учебной дисциплины «Личностно-профессиональное развитие специалиста» способствует овладению студентами универсальными компетенциями XXI века: технологиями самообразования, самовоспитания, личностного и профессионального роста, карьерного продвижения, продуктивного личностного взаимодействия в профессиональной деятельности, семье и других областях социальной практики.</p>			
<p>Модуль «Организация и обеспечение бизнеса»</p>			
<p>Правовое регулирование хозяйственной деятельности</p>	<p>Характеризовать положения национального законодательства в сфере правового регулирования хозяйственной деятельности, разрабатывать рекомендации по совершенствованию действующего законодательства</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: правовые основы государственной экономической политики и правовые основы функционирования структурных элементов национальной экономики; классификацию типов, видов и форм хозяйственной деятельности и классификацию субъектов хозяйственной деятельности; особенности правового режима публичной и частной хозяйственной деятельности; правовое регулирование государственного контроля и надзора хозяйственной деятельности; особенности правового режима предпринимательской хозяйственной деятельности; правовые основы функционирования товарных рынков и ан-</p>	<p>Дисциплина изучается в I семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 54/54 часа. Текущая аттестация: два модуля. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		<p>тимонопольного регулирования деятельности хозяйствующих субъектов; правовые основы хозяйственной деятельности в различных секторах, комплексах и отраслях национальной экономики; правовые основы внешнеэкономической деятельности;</p> <p>уметь: толковать основные принципы и обычаи хозяйственного оборота; систематизировать правовые требования к осуществлению и государственному регулированию основных видов хозяйственной деятельности; осуществлять отбор комплекса необходимых актов законодательства различной отраслевой принадлежности и юридической силы для исчерпывающего правового регулирования конкретных хозяйственных отношений; разрабатывать и оценивать хозяйственные договоры; применять теоретические знания, акты национального законодательства и международного права, материалы правоприменительной практики для решения правовых задач;</p> <p>иметь навык: владеть юридическими понятиями и категориями, изученными в рамках рассматриваемой дисциплины, и применять их в профессиональной деятельности. В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки, но и развить свой личностно-ценностный, духовный потенциал сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.</p>	
--	--	--	--

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Философия», «Экономическая теория».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе».

Краткое содержание учебной дисциплины: Правовое регулирование хозяйственной деятельности позволяет характеризовать положения

национального законодательства в области развития бизнеса, владеть юридическими понятиями и категориями, изученными в рамках рассматриваемой дисциплины, применять их в профессиональной деятельности. Анализировать свою деятельность, рабочие документы (нормативные правовые акты, локальные акты, проекты исковых заявлений, учредительных документов, заключений, консультаций и др. документов) на соответствие законодательству Республики Беларусь.

<p>Менеджмент маркетинга</p>	<p>Принимать решение о выборе оптимального варианта организационного построения службы маркетинга предприятия, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: сущность, основные понятия и категории менеджмента; методы управления и стили руководства; сущность и содержание основных и специальных функций менеджмента; методы принятия управленческих решений; методы мотивации и стимулирования труда; особенности управления маркетинговой деятельностью организаций АПК; методы управления качеством и конкурентоспособностью продукции; особенности составления и оформления организационно-распорядительных документов; специфику организации маркетинговой деятельности на предприятиях АПК; методику и методологию маркетингового планирования; этапы и организацию проведения маркетингового контроля; методику оценки эффективности маркетинговой деятельности;</p> <p>уметь: самостоятельно принимать управленческие решения и организовывать работу подчиненных по их исполнению; контролировать и поддерживать трудовую и производственную дисциплину; составлять и оформлять различные виды организационно-распорядительных и других документов по профилю работы; взаимодействовать со специалистами смежных профессий; регламентировать, мотивировать и оценивать работу подчиненных; планировать маркетинговую деятельность; проводить маркетинговые исследования конкретного вида продукции; пользоваться основными нормативными и законодательными актами Республики Беларусь в области маркетинга и менеджмента;</p> <p>иметь навык:</p>	<p>Дисциплина изучается в VI семестре. Трудоемкость – 6 з.ед., объем –100/128 часов. Текущая аттестация: опрос, тестирование. Выполнение курсовой работы. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>
-------------------------------------	--	--	---

		<p>решения практических задач в сфере управления маркетингом; управления межличностными коммуникациями; применения современных методов и приемов управления маркетинговой деятельностью; принятия управленческих решений в области товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики; оценки эффективности маркетинговой деятельности.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Стратегический маркетинг».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Каналы дистрибьюции и маркетинговая логистика».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Понятие и теоретические основы менеджмента, эволюция менеджмента, функции менеджмента, управленческие решения, методы управления, управление персоналом, организация управления производством в АПК, управление качеством и конкурентоспособностью продукции, документация и делопроизводство в системе менеджмента, теоретические основы управления маркетинговой деятельностью, организация маркетинговой деятельности, планирование маркетинга, мотивация и стимулирование труда в маркетинге, контроль маркетинговой деятельности и её эффективность, маркетинговые решения.</p>			
<p>Основы управления интеллектуальной собственностью</p>	<p>Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности, методы выявления объектов интеллектуальной собственности</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: толкование основных понятий и терминов в сфере интеллектуальной собственности; основные положения международного и национального законодательства об интеллектуальной собственности; порядок оформления и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности; основы управления интеллектуальной собственностью в организации (предприятии);</p> <p>уметь: проводить патентные исследования; составлять заявки на выдачу охранных документов на объекты промышленной собственности; составлять договоры, заключаемые в сфере интеллектуальной собственности.</p> <p>иметь навык: патентно-информационного поиска, в том числе с использованием глобальной компьютерной сети (Интернет); работы с</p>	<p>Дисциплина изучается в II семестре. Трудоемкость – 3 з.ед. Объем – 34/60 часов. Текущая аттестация: устный опрос. Промежуточная аттестация - зачет.</p>

		международными патентными классификациями и определения класса предмета поиска.	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Правовое регулирование хозяйственной деятельностью».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами учебной дисциплины «Противодействие коррупции».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Интеллектуальная собственность; авторское право и смежные права; промышленная собственность; патентная информация; патентные исследования; введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот; коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности; защита прав авторов и правообладателей, разрешение споров о нарушении прав в области интеллектуальной собственности; государственное управление интеллектуальной собственностью.</p>			
Охрана труда	Обеспечить выполнение требований охраны труда и пожарной безопасности в профессиональной деятельности	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: нормативно-правовые акты по охране труда; опасные и вредные производственные факторы, их влияние на организм человека, методы и средства защиты от них; управление и организацию работы по охране труда и контроль ее состояния; порядок расследования несчастных случаев на производстве и профзаболеваний, а также методы анализа травматизма и заболеваний; требования по обеспечению санитарно-гигиенических норм на рабочих местах и производственных объектах; порядок планирования и финансирования мероприятий по охране труда; методы стимулирования выполнения требований охраны труда; основные причины пожаров, организацию пожарной охраны на производственных объектах, методы и средства пожаротушения;</p> <p>уметь: организовать безопасное и безвредное выполнение работ в сельскохозяйственном производстве; проводить инструктаж, обучение и проверку знаний работников по вопросам охраны труда; разрабатывать инструкции по охране труда; определять экономический и социальный ущерб от неудовлетворительного состояния охраны труда; разрабатывать и осуществлять мероприятия по планированию, финансированию</p>	<p>Дисциплина изучается в VII семестре. Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 32/72 часа. Текущая аттестация: опрос. Промежуточная аттестация - зачет.</p>

		<p>и стимулированию охраны труда; рассчитывать экономическую эффективность от предлагаемых мероприятий по улучшению условий труда; тушить очаги возгораний и пожаров с помощью первичных средств пожаротушения; оказывать доврачебную помощь пострадавшим при несчастных случаях.</p> <p>иметь навык: владеть методикой оценки условий труда, опасных и вредных производственных факторов; приемами и способами безопасного производства работ.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Безопасность жизнедеятельности человека», «Правовое регулирование хозяйственной деятельности».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для производственной практики, выполнения и защиты дипломной работы.</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Введение. Теоретические основы охраны труда. Правовые и нормативные основы охраны труда. Организация работы по охране труда. Основы производственной санитарии. Основы техники безопасности. Основы пожарной безопасности. Доврачебная помощь пострадавшим.</p>			
<p>Модуль «Учетно-финансовая деятельность»</p>			
<p>Финансы и финансовый рынок</p>	<p>Понимать сущность финансовой политики государства, принципы финансового планирования, содержание и функции финансов организаций реального сектора экономики для определения конкретных мер регулирования финансовой деятельности</p>	<p>В результате освоения данной учебной дисциплины студенты должны:</p> <p>знать: основные концепции современной теории финансов; механизм функционирования финансового рынка и его роль в финансовой системе государства; принципы управления финансами организации; основные понятия и категории налогового законодательства; специфику формирования и функционирования налоговой системы Республики Беларусь; методику расчета основных налогов и сборов;</p> <p>уметь: определять взаимосвязь финансов организаций с различными сегментами финансового рынка; применять методы определения стоимости и оптимизации структуры капитала; применять налоговую терминологию, проводить анализ дей-</p>	<p>Дисциплина изучается во II семестре. Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 50/70 часов. Текущая аттестация: тесты, решение задач. Промежуточная аттестация - зачет.</p>

		<p>ствующего налогового законодательства;</p> <p>иметь навык:</p> <p>владеть инструментами финансового рынка в управлении финансами на различных уровнях; владеть способами оценки финансового состояния организации; налоговой терминологией и объектами налогообложения из показателей финансово-хозяйственной деятельности организации.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Ценообразование».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Менеджмент маркетинга», «Бухгалтерский учет».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Финансы и финансовая система государства. Капитал организации, его формирование и использование. Денежные расходы и поступления организации. Оценка финансового состояния организации. Финансовый рынок и его значение в развитии экономики. Косвенные налоги. Налоги и отчисления, включаемые в затраты на производство и реализацию товаров (работ, услуг), учитываемые при налогообложении. Налог на прибыль. Особые режимы налогообложения. Подоходный налог.</p>			
<p>Бухгалтерский учет</p>	<p>Оформлять первичные учетные документы, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов, проводить анализ хозяйственной деятельности. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>основы теории бухгалтерского учета; формы бухгалтерского учета и их основные регистры; методики учета имущества, обязательств, доходов и расходов организаций; проблемы бухгалтерского учета в Республике Беларусь и перспективы его развития;</p> <p>уметь:</p> <p>правильно определять стоимостную оценку хозяйственных операций; оформлять хозяйственные операции первичными учетными документами типовых форм;</p> <p>иметь навык:</p> <p>владеть пониманием основных концепций бухгалтерского, финансового и управленческого учета; навыками самостоятельного применения принципов и основ бухгалтерского учета; способами сбора необходимой экономической информации для решения аналитических и управленческих задач.</p>	<p>Дисциплина изучается в V семестре.</p> <p>Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 54/48 часов.</p> <p>Текущая аттестация: прием индивидуально-го задания.</p> <p>Промежуточная аттестация - зачет.</p>

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Статистика».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Агробизнес», «Международный маркетинг».

Краткое содержание учебной дисциплины: Учебной программой предусматривается формирование у студентов знаний по организации, методологии и методике бухгалтерского учета, умение использовать учетную информацию для принятия обоснованных решений в деятельности организаций различных форм собственности.

Модуль «Управление взаимоотношениями с потребителями»

<p>Поведение потребителей</p>	<p>Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации. Выявлять особенности поведения предприятий-потребителей на внешних рынках, строить модели потребительского поведения, внедрять современные технологии компьютерной обработки и анализа данных о потребителях в практическую деятельность организаций.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основные подходы к рассмотрению потребителя; современные тенденции в поведении потребителей; модель поведения потребителей; внешние и внутренние факторы влияния; типы процессов принятия решения о покупке; содержание этапов процесса принятия решения о покупке; особенности поведения организаций-потребителей; истоки и развитие консьюмеризма и др.;</p> <p>уметь: правильно определять факторы влияния на тип потребителя; правильно интерпретировать вербальные и невербальные компоненты потребительского поведения; сегментировать рынок по социально-демографическим параметрам потребителей; позиционировать товар на рынке для целевого сегмента потребителей; разъяснять основные положения Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» и др.;</p> <p>иметь навык: владеть инструментами анализа потребительского поведения; алгоритмом процесса принятия потребительских решений; владеть методиками модификации потребительского поведения; навыками построения многофакторных моделей поведения потребителей на основе анализа ситуации на рынке.</p>	<p>Дисциплина изучается в I семестре. Трудоемкость - 3 з.ед., объем – 54/74 часа. Текущая аттестация: модули в виде письменных контрольных работ, рефератов и тестов. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>
--------------------------------------	---	---	---

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учеб-

ным дисциплинам: «Правовое регулирование хозяйственной деятельности», «Экономическая теория».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинговые исследования и аналитика», «Теория маркетинга», «Интегрированные маркетинговые коммуникации».

Краткое содержание дисциплины: Учебная дисциплина «Поведение потребителей» рассматривает базовые аспекты деятельности потребителей по удовлетворению своих потребностей, факторы, обуславливающие их и ключевые принципы их идентификации и модифицирования. Профессиональные навыки в сфере маркетинга базируются на понимании потребительского поведения. Учебная дисциплина «Поведение потребителей» является тем пластом знаний, который находится в междисциплинарном пространстве маркетинговых исследований и рядом дисциплин, относящихся к организации маркетинговой деятельности и формированию маркетинговой стратегии и реализации маркетинговой политики. При правильном анализе и понимании покупательского поведения снижаются риски принятия неадекватных управленческих решений и повышается эффективность маркетинговой деятельности, в связи с чем изучение дисциплины «Поведение потребителей» является обязательным условием подготовки маркетолога-экономиста.

**Каналы
дистрибьюции
и маркетинговая
логистика**

Определять логистическую миссию и анализировать логистическую среду организации, применять методы управления материальными, финансовыми и информационными потоками, оценивать эффективность инвестиций в развитие логистической системы предприятия.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать:
цели и основные принципы распределения товаров; методы обоснования и выбора каналов дистрибьюции; принципы построения логистических систем; методологические основы маркетинговой логистики; формы и методы планирования и организации логистической деятельности в организации; средства и методы обоснования решений в маркетинговой логистике;

уметь:
решать задачи, связанные с организацией дистрибьюции товаров; выполнять экономические расчёты для обоснования дистрибьюции товаров организации; применять системный подход к проектированию логистических систем, ставить задачу их оптимизации; разрабатывать и обосновывать мероприятия по совершенствованию экономического механизма деятельности организации с учетом требований маркетинговой логистики; применять в планировании современные информационные технологии;

иметь навык:
разработки производственных программ на основе принципов логистики; построения логистических систем на пред-

Дисциплина изучается в VII семестре.
Трудоемкость – 6 з.ед.,
объем – 112/90 часов.
Текущая аттестация:
опрос, тестирование.
Промежуточная аттестация - экзамен.

		<p>приятти; навыки организации процессов маркетинговой логистики на предприятии.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для подготовки дипломной работы и позволят успешно пройти итоговую аттестацию.</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Сбытовая система предприятия и каналы дистрибьюции, управление товародвижением в каналах дистрибьюции, оптовая и розничная торговля в системе дистрибьюции, маркетинговая логистика, сущность и концепция, основные понятия маркетинговой логистики, планирование и организация маркетинговой логистики, контроль в маркетинговой логистике, закупочная логистика, логистика производственных процессов, распределительная логистика, логистика складирования, управление товарными запасами в маркетинговой логистике, транспортная логистика, сервис в маркетинговой логистике, информационная и финансовая логистика, международная логистика.</p>			
<p>Цифровой маркетинг</p>	<p>Планировать и реализовывать мероприятия интернет-маркетинга, создавать качественный контент на сайтах, в социальных сетях для интернет-СМИ, проводить исследования рынка и тестировать гипотезы в среде Интернет, использовать веб-аналитику в целях развития и управления брендом. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основные термины и понятия цифрового маркетинга; сущности и назначение инструментов цифрового маркетинга; базовые принципы подбора и применения основных инструментов цифрового маркетинга; методологию функционирования основных инструментов цифрового маркетинга;</p> <p>уметь: получать информацию об эффективности и возможностях использования цифровых маркетинговых инструментов; использовать веб-аналитику и разрабатывать эффективные решения по продвижению бизнеса в интернете; применять принципы формирования эффективной стратегии цифрового маркетинга в организации;</p> <p>иметь навык: владеть логикой формирования и навыками настройки системы цифрового маркетинга под особенности бизнеса предприятия; владеть методами оценки эффективности использования цифрового маркетинга; владеть навыками управления системой интернет-маркетинга в компаниях социальной и экономической сферы.</p>	<p>Дисциплина изучается в VI семестре. Трудоемкость – 5 з.ед., объем – 84/132 часа. Текущая аттестация: лабораторные работы и тесты. Промежуточная аттестация - зачет.</p>

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Информационные технологии», «Теория маркетинга», «Маркетинговые исследования и аналитика», «Интегрированные маркетинговые коммуникации».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Агробизнес».

Краткое содержание дисциплины: Учебная дисциплина «Цифровой маркетинг» призвана сформировать у студентов представление о содержании и методологии использования инструментов цифрового маркетинга для достижения целей деятельности организации, а также компетенций для разработки эффективной системы и стратегии интернет-маркетинга для ее эффективного использования в практической деятельности.

Модуль «Экономика и бюджетирование бизнеса»

<p>Ценообразование</p>	<p>Применять методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных рыночных условиях, определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности, принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и условий рынка</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: вопросы теории и практики рыночного ценообразования; основные методы установления цены; особенности определения цен на продукцию, услуги, работы организаций различных отраслей экономики; методы государственного регулирования цен; государственное регулирование цен в отдельных зарубежных странах; особенности ценообразования на рынках потребительских товаров и услуг; обоснование торговых надбавок (скидок) с учетом действующей системы налогообложения, использование прямой и обратной калькуляции; взаимосвязь внутренних и внешних цен; методы определения внешнеторговых цен; методику построения ценовой политики и стратегии;</p> <p>уметь: калькулировать цены на продукцию товаропроизводителей; формировать цены по стадиям товародвижения; рассчитать сумму налогов и неналоговых платежей в себестоимости с учетом действующего законодательства; обосновать сумму прибыли, включаемую в цену; определить индекс паритета цен на промышленную продукцию и закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию; рассчитать внешнеторговые цены; формировать и изменять цены, используемые в</p>	<p>Дисциплина изучается в I семестре. Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 72/36 часов. Текущая аттестация: модули в виде письменных контрольных работ, рефератов и тестов. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>
-------------------------------	--	--	--

		<p>коммерческой деятельности;</p> <p>иметь навык:</p> <p>владеть системным и сравнительным анализом в области ценовой политики организации; владеть навыками разрабатывать и осуществлять ценовую политику организации; владеть базовыми знаниями для решения практических задач.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Информационные технологии», «Экономическая теория», «Высшая математика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Теория маркетинга», «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Маркетинг инноваций».</p> <p><u>Краткое содержание дисциплины:</u> Цены в механизме функционирования национальной экономики. Методы ценообразования. Рыночные стратегии ценообразования. Цены в экономике предприятия. Ценовая политика в маркетинге предприятия. Государственное регулирование цен. Формирование отпускной цены предприятия-производителя с учетом действующей системы налогообложения. Формирование оптовой и розничной цены с учетом налогового законодательства. Ценообразование во внешнеторговой деятельности организации. Особенности ценообразования в АПК.</p>			
<p>Экономика организации</p>	<p>Понимать социально-экономическую природу организации, ее функции, место и роль в развитии национальной экономики, анализировать основные показатели, связанные с экономической деятельностью организации</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>механизм функционирования организации в условиях изменения экономической среды; методы и способы планирования деятельности организации; методические основы оценки эффективности использования ресурсов организации, его функционирования и развития; основные направления и механизмы государственной поддержки и государственного регулирования деятельности организации;</p> <p>уметь:</p> <p>выполнять обоснованные экономические расчеты в рамках разработки планов развития организации, обеспечивающие эффективную текущую и стратегическую деятельность; проводить оценку эффективности использования производственных ресурсов и деятельности организации; разрабатывать комплексные экономические обоснования для принятия управленческих решений по реализации инвестиционных и инновационных программ;</p>	<p>Дисциплина изучается в III семестре.</p> <p>Трудоёмкость – 6 з.ед., объём – 108/108 часов.</p> <p>Текущая аттестация: 2 модуля.</p> <p>Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		<p>иметь навык: владеть навыками оценки эффективности функционирования организации, структурных подразделений; владеть методами оценки эффективности инвестиционных, инновационных проектов.</p>	
<p><u>Пререкзиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Макроэкономика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Статистика», «Международная экономика».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Учебная дисциплина «Экономика организации»; организация в системе национальной экономики Республики Беларусь; организационно-правовые формы организаций: экономические аспекты; экономическая среда функционирования организации; агропромышленный комплекс Республики в системе национальной экономики; труд и его эффективность; основные средства организации и их эффективность; земельные ресурсы организации и эффективность их использования; оборотные средства организации и их эффективность; система планирования деятельности организации; производственная программа и производственная мощность организации; оплата труда в организации; издержки организации и себестоимость продукции; доход, прибыль и рентабельность организации; инвестиции и инвестиционная деятельность организации; инновации и инновационная деятельность организации; качество продукции, конкурентоспособность продукции и организации; риски в производственно-хозяйственной деятельности организации и их снижение.</p>			
<p>Инвестиционное проектирование</p>	<p>Осуществлять разработку бизнес-планов инвестиционных проектов</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студенты должны:</p> <p>знать: структуру и содержание бизнес-плана инвестиционного проекта; методы оценки экономической эффективности инвестиционных проектов; источники и организацию финансирования и кредитования инвестиционной деятельности; процесс реализации инвестиционных проектов; законодательную базу Республики Беларусь в области инвестиционной деятельности;</p> <p>уметь: увязывать стратегические, тактические планы и бизнес-планы инвестиционных проектов предприятия со стратегией развития региона, области и республики; выбирать из альтернативных предлагаемых вариантов инвестиционных проектов лучшие с учетом стратегии развития предприятия;</p>	<p>Дисциплина изучается в VII семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 64/56 часов. Текущая аттестация: устный опрос, тестирование. Промежуточная аттестация - зачёт.</p>

		<p>сформировать идею проекта, оценить ее перспективность и документально оформить; объективно оценивать инвестиционный климат в стране и ориентироваться в системе правового обеспечения инвестиционной деятельности; контролировать и управлять изменениями в процессе реализации инвестиционного проекта;</p> <p>иметь навык: владеть навыками разработки бизнес-плана инвестиционного проекта; владеть навыками расчёта календарного графика реализации инвестиционного проекта; владеть навыками расчёта денежных потоков по проекту и показателей эффективности инвестиционного проекта.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе», «Финансы и финансовый рынок», «Ценообразование», «Экономика организации».</p>			
<p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания позволят успешно пройти итоговую аттестацию.</p>			
<p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Инвестиционное проектирование и инвестиционные ресурсы в экономике. Инвестиции и инвестиционная деятельность организации (предприятия). Государственное регулирование инвестиционной деятельности в Республике Беларусь. Источники финансирования инвестиционной деятельности. Планирование инвестиционной деятельности организации (предприятия). Инвестиционный проект: сущность, виды, подходы к разработке и показатели эффективности. Методика разработки бизнес-плана инвестиционного проекта организации (предприятия) в Республике Беларусь. Инвестиционные риски и методика их оценки.</p>			
<p>Модуль «Управление товарными потоками»</p>			
<p>Маркетинг закупок</p>	<p>Организовывать закупки для государственных нужд, конкурсные и иные процедуры, составлять задания и планы закупок, осуществлять процедуры согласования и выбора поставщика</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: методы и приемы, применяемые покупателями в процессе изучения рынка средств производства, а также при планировании, организации и оперативном управлении закупками материальных ресурсов; особенности использования принципов маркетинга закупок; применяемые типы организационных структур управления закупочной деятельности; системы информационного обеспечения закупочной деятельности; системы управления производственными и товарными запасами; методы и приемы оценки эффективности заку-</p>	<p>Дисциплина изучается в VII семестре. Трудоёмкость – 6 з.ед., объём – 96/106 часов. Текущая аттестация: устный опрос, тестирование, модули. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		<p>почной деятельности;</p> <p>уметь: изучать рынок закупок; использовать различные источники информации о средствах производства и их продавцах; анализировать, оценивать и прогнозировать предложение товаров промышленного назначения на рынке; рассчитывать потребность в средствах производства для предприятий АПК; разрабатывать баланс материально-технического обеспечения предприятия АПК; определять плановый объем закупок материальных ресурсов предприятиями АПК; определять объемы государственных закупок; осуществлять поиск и выбор поставщиков, в том числе на конкурсной основе; осуществлять процедуру государственных закупок; определять эффективность закупочной деятельности;</p> <p>иметь навык: владеть разработкой планов закупок на предприятиях АПК; владеть навыками заключения договоров с поставщиками; навыками оформления документов на отпуск материальных ресурсов внутренними подразделениями организации; составлением статистической отчетности о закупках, расходе и остатках материальных ресурсов; использования программных средств, предназначенных для управления и моделирования закупками.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинг», «Ценообразование», «Поведение потребителей», «Товарная политика предприятия».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания позволят успешно пройти итоговую аттестацию.</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Закупки как фактор повышения конкурентоспособности предприятия и объект маркетинга. Маркетинг закупок: сущность, методы, стратегии. Организация маркетинга закупок. Взаимоотношения с поставщиками. Маркетинговые исследования закупок. Организация и проведения государственных закупок. Организация и проведение закупок за счет собственных средств. Маркетинг закупок на международном рынке.</p>			
<p>Товарная политика предприятия</p>	<p>Применять систему менеджмента качества в управлении предприятием, реализовывать</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: сущность товарной политики и товарной стратегии органи-</p>	<p>Дисциплина изучается IV семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед.,</p>

	<p>методы контроля качества продукции и процессов, подготавливать необходимую документацию, формировать содержание процессов менеджмента качества</p>	<p>зации; направления товарной политики; нормативную базу в области реализации товарной политики; методику проведения анализа ассортимента; методику оценки упаковки и маркировки товара; порядок регистрации товарного знака и знака отличия порядок получения штрихового кода; методику оценки эффективности внедрения новых товаров;</p> <p>уметь: обеспечивать системный подход в области планирования товарной политики и товарной стратегии; осуществлять позиционирование товаров; правильно анализировать упаковку и маркировку товара; осуществлять маркетинговый анализ производственной программы (ассортимента); осуществлять и планировать внедрение новых товаров;</p> <p>иметь навык: владеть системным и сравнительным анализом в области товарной политики организации; навыками разрабатывать и осуществлять товарную политику организации базовыми знаниями для решения практических задач.</p>	<p>объём – 68/52 часа. Текущая аттестация: тестирование, решение задач, творческие работы, модули. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Ценообразование», «Поведение потребителей».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг инноваций», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Товарная политика как важнейшая составляющая комплекса маркетинга. Товар в системе маркетинга. Упаковка товара. Маркировка товара. Штриховое кодирование: понятие и функции. Товарный знак как инструмент маркетинга. Правовая охрана товарного знака. Ассортиментная политика промышленного предприятия. Ассортиментная политика торгового предприятия. Качество и конкурентоспособность товара. Создание нового товара. Сервис в системе товарной политики.</p>			
<p>Организация торговли и основы товароведения</p>	<p>Использовать системный и сравнительный анализ потребительских свойств сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, оценивать их качество, планировать товарный ассортимент предприятия</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: законы и нормативные документы по организации торговли; торговую терминологию; организационное построение торговли Республики Беларусь; содержание технологического процесса в оптовой и розничной торговли и основные операции его составляющие; формы и методы продажи товаров;</p>	<p>Дисциплина изучается в VI семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 68/52 часа. Текущая аттестация: проведение опросов; тесты, контрольные</p>

	<p>торговли, организовывать технологический и торговый процессы.</p>	<p>основные понятия и категории товароведения; основные признаки кодирования, классификации, идентификации продовольственных товаров; химический состав, определяющий потребительские свойства товаров; сырьевые материалы, основы производства, ассортимент, требования к качеству, упаковке, маркировке, транспортированию и хранению продовольственных товаров; построение и размещение розничной торговой сети и складского хозяйства; классификацию товаров и их ассортимент;</p> <p>уметь: организовывать технологические и торговые процессы на торговых объектах; проводить анализ организации деятельности торговых объектов и складских объектов; эффективно организовывать работу персонала торговой организации; распознавать по предложенным образцам вид сырья, способы производства продовольственных товаров; проводить анализ структуры ассортимента товаров; принимать решения по совершенствованию структуры ассортимента, повышению уровня качества реализуемых товаров; выявлять рациональные способы и методы хранения, транспортирования, реализации товаров и ухода за ними; определять качество товаров на всех этапах жизненного цикла; разрабатывать мероприятия по предупреждению возникновения порчи и пороков товаров; давать товароведную характеристику образцов различных товарных групп; оценивать качество товаров различных товарных групп; работать с нормативной документацией и специальной литературой;</p> <p>иметь навык: владеть системным и сравнительным анализом применяемых технологических процессов в различных видах торговли и применяемыми подходами оценки его отдельных операций; исследовательскими навыками анализа применяемых форм организации торговли, организации товароснабжения роз-</p>	<p>работы, модули. Промежуточная аттестация: экзамен.</p>
--	--	---	--

		<p>ничной торговой сети; владеть системным и сравнительным анализом потребительских свойств, классификации, ассортимента продовольственных товаров; владеть исследовательскими навыками способов оценки качества различных товарных групп; владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Ценообразование», «Товарная политика предприятия».</p>			
<p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужит основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг закупок», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».</p>			
<p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Использование специалистами в профессиональной деятельности знаний по торговым технологиям, формам торговли, методам продажи товаров, организации технологических и торговых процессов, по применению подходов классификации, идентификации и кодирования товаров.</p>			
<p>Модули профилизации «Маркетинг в агропромышленном комплексе»</p>			
<p>Модуль «Производственные технологии в сельском хозяйстве»</p>			
<p>Производственные технологии в растениеводстве</p>	<p>Анализировать и оценивать современные технологии возделывания основных сельскохозяйственных культур и применяемой техники при производстве продукции растениеводства</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основы современных технологий производства и переработки растениеводческой продукции; влияние различных факторов на уровень продуктивности сельскохозяйственных угодий; пути сокращения энергетических затрат при возделывании культур; пути снижения потерь в процессе производства и переработки продукции растениеводства; условия реализации продукции растениеводства; пути рационального использования вторичного сырья;</p> <p>уметь: использовать технологическую терминологию в своей последующей профессиональной деятельности; вести учет растениеводческой продукции; оценивать качество сельскохозяйственной продукции; определять выход готовой продукции в результате переработки исходного сырья;</p> <p>иметь навык: владеть системным и сравнительным анализом; владеть ис-</p>	<p>Дисциплина изучается в II семестре. Трудоёмкость – 3 з. ед., объём – 50/58 часов. Текущая аттестация: сдача трех модулей. Промежуточная аттестация – зачет.</p>

		следовательскими навыками; владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Ценообразование», «Поведение потребителей».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Экономика организации», «Конкуренция и конкурентоспособность организации», «Цифровой маркетинг», «Товарная политика предприятия», «Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Учебная дисциплина «Производственные технологии в растениеводстве» включает изучение теоретических основ производства растениеводческой продукции, биологических особенностей сельскохозяйственных культур, технологии возделывания сельскохозяйственных культур в конкретных почвенно-климатических условиях.</p>			
Производственные технологии в животноводстве	Анализировать и оценивать современные технологии производства продукции животноводства, имея целостное представление о современных методах и приемах воспроизводства, кормления и содержания сельскохозяйственных животных	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основы современных технологий производства и переработки продукции сельского хозяйства; влияние различных факторов на уровень продуктивности; пути сокращения энергозатрат и потерь в процессе производства и переработки продукции; требования нормативно-технической документации к продукции животноводства; условия реализации продукции животноводства; порядок продажи продукции и оплаты за нее; пути рационального использования вторичного сырья;</p> <p>уметь: использовать категории курса, технологическую терминологию и понятия в своей профессиональной деятельности; вести учет продукции животноводства; оценивать качество продукции животноводства; производить необходимые расчеты, связанные с продажей продукции; определять выход готовой продукции в результате переработки исходного сырья;</p> <p>иметь навык: владеть методами стратегического анализа; владеть методами оценки экономической эффективности различных программ достижения стратегических целей; владеть базовыми знаниями для решения практических задач.</p>	Дисциплина изучается в III семестре Трудоемкость – 4 з.ед., объем – 54/76 часов. Текущая аттестация: устный опрос. Промежуточная аттестация - зачет.
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учеб-</p>			

ным дисциплинам: «Производственные технологии в растениеводстве».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужит основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Агробизнес», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».

Краткое содержание учебной дисциплины: Цель учебной дисциплины – подготовить специалистов, хорошо знающих передовые и наиболее перспективные технологии производства сельскохозяйственной продукции и условия сбыта конечных продуктов. Задачи учебной дисциплины – изучение основ современных технологий производства продукции сельского хозяйства на предприятиях различного типа и назначения; методов учета и оценки продуктивности; форм учета и отчетности; путей сокращения потери и повышения качества продукции на всех звеньях технологического процесса.

Модуль «Маркетинг в агробизнесе»

Агробизнес	Осуществлять разработку годовых и перспективных планов организаций с учетом современных тенденций развития аграрного производства.	В результате освоения учебной дисциплины студент должен: знать: механизм построения и функционирования структур агробизнеса; организационно-правовые формы предпринимательства и систем субъектов хозяйствования; методические основы оценки эффективности использования ресурсов агробизнеса; организационно-экономические основы производства в сфере агробизнеса; инвестиционные механизмы внедрения инноваций для обеспечения конкурентоспособности субъекта хозяйствования и его продукции; основы планирования деятельности бизнес-структур; механизм обеспечения продовольственной безопасности страны; уметь: обрабатывать и анализировать экономическую информацию; анализировать хозяйственную деятельность предпринимательских структур различных организационно-правовых форм; анализировать формирование себестоимости, доходов и прибыли агробизнеса; оценивать конкурентоспособность субъектов хозяйствования и их продукции в сфере агробизнеса; осуществлять разработку годовых и перспективных планов организаций с учетом современных тенденций развития аграрного производства; иметь навык: владеть базовыми научно-теоретическими знаниями для ре-	Дисциплина изучается в VII семестре. Трудоемкость – 5 з.ед., объем – 80/86 часов. Текущая аттестация: устный опрос, тестирование, реферат. Промежуточная аттестация - зачет.
-------------------	--	---	---

		<p>шения практических задач; владеть методами реализации применяемых нормативных правовых предписаний для регулирования конкретных хозяйственных отношений; приемами решения хозяйственных задач, возникающих в хозяйствующих субъектах агробизнеса; владеть умением принимать обоснованные решения по повышению конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, базирующиеся на использовании современных технологий; владеть методами планирования хозяйственной деятельности в сфере агробизнеса; владеть методикой оценки продовольственной безопасности.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Конкуренция и конкурентоспособность организаций», «Ценообразование», «Производственные технологии в растениеводстве», «Производственные технологии в животноводстве».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания позволят успешно пройти итоговую аттестацию.</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Сущность и роль агробизнеса. Формы организации агробизнеса. Сельскохозяйственная кооперация и агропромышленная интеграция. Специализация, концентрация производства и размеры предприятий. Бизнес-планирование агробизнеса. Земельные ресурсы. Труд и эффективность его использования в агробизнесе. Организация труда на сельскохозяйственных предприятиях. Нормирование и оплата труда. Основные средства и нематериальные активы в агробизнесе. Оборотные средства и эффективность их использования в агробизнесе. Материально техническая база предприятий агробизнеса. Организационно-технологические основы производства продукции растениеводства. Организационно-технологические основы отраслей животноводства. Организация использования технических средств и агросервисное обслуживание. Организационно-технологические основы перерабатывающих и подсобных производств. Затраты и себестоимость в агробизнесе. Доход, прибыль, рентабельность агробизнеса. Управление финансовыми ресурсами в агробизнесе. Инвестиции и инвестиционная деятельность. Инновации и инновационная деятельность организаций. Конкурентоспособность продукции и организаций агробизнеса. Продовольственная безопасность.</p>			
<p>Маркетинг в агропромышленном комплексе</p>	<p>Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации. Обосновывать возможность и необходимость применения маркетинга в управлении предприятием на рынке услуг,</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>сущность, основные понятия, категории и задачи аграрного маркетинга; методологию установления маркетинговых возможностей организации (предприятия) АПК; специфику, методику и методологию анализа маркетинговой среды функционирования предприятий АПК; специфику организации маркетинговой деятельности на предприятиях АПК; методы</p>	<p>Дисциплина изучается в VII семестре. Трудоемкость – 6 з.ед., объем –96/106 часов. Текущая аттестация: тестирование, опрос, два модуля. Выполнение курсовой работы.</p>

	<p>разрабатывать комплексную стратегию маркетинга, определять покупательские риски в сфере услуг, применять методику оценки качества услуг, разрабатывать стандарт обслуживания.</p> <p>Применять навыки исследовательской деятельности и использовать специфические особенности аграрного маркетинга в процессе управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия.</p> <p>Разрабатывать маркетинговую политику на предприятии агропромышленного комплекса с учетом стратегических приоритетов развития агропромышленного комплекса и особенностей внешней среды функционирования.</p>	<p>управления качеством и конкурентоспособностью сельскохозяйственной продукции и продуктов питания; механизм государственного регулирования функционирования продовольственного рынка на основе маркетинговой концепции менеджмента; зарубежный опыт сбыта продукции; методику оценки эффективности внешнеэкономической маркетинговой деятельности в сфере агробизнеса;</p> <p>уметь: формировать концепцию маркетинга для предприятий и организаций сферы АПК; проводить маркетинговые исследования рынка сельскохозяйственной продукции и продуктов питания; проводить анализ маркетинговой среды функционирования предприятия АПК; разрабатывать маркетинговые стратегии; использовать современные информационные технологии в управлении маркетингом; управлять маркетинговой деятельностью организации (предприятия) АПК; оценивать конкурентоспособность продукции и организации (предприятия) АПК;</p> <p>иметь навык: решения практических задач в сфере аграрного маркетинга; управления маркетинговой деятельностью организации (предприятия) АПК; проведения маркетинговых исследований и анализа маркетинговой среды в сфере агробизнеса; использования методов оценки эффективности маркетинговой деятельности; управления элементами комплекса маркетинга на рынках сельскохозяйственной продукции и продовольствия; управления качеством и конкурентоспособностью продукции и предприятий АПК.</p>	<p>Промежуточная аттестация - экзамен.</p>
--	--	--	--

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Конкуренция и конкурентоспособность организаций», «Ценообразование».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Агробизнес», «Маркетинг закупок», «Каналы дистрибуции и маркетинговая логистика».

Краткое содержание учебной дисциплины: Теоретические основы маркетинга в агропромышленном комплексе, специфические особенно-

сти применения маркетинга в агропромышленном комплексе, функции маркетинга в агробизнесе, сущность продовольственного рынка и проблемы его функционирования, маркетинговая среда функционирования предприятий АПК, основные направления маркетинговых исследований рынков сельскохозяйственной продукции и продовольствия, управление качеством и конкурентоспособностью в агропромышленном комплексе, система сбыта сельскохозяйственной продукции в Республике Беларусь, система управления агромаркетингом, зарубежный опыт сбыта продукции, маркетинг в системе внешнеэкономической деятельности на рынках сельскохозяйственного сырья и продовольствия, маркетинг основных видов сельскохозяйственной продукции и продовольствия.

<p>Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе</p>	<p>Применять инструментарий коммерческой деятельности для повышения эффективности функционирования организаций агропромышленного комплекса</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студенты должны:</p> <p>знать: основные понятия и термины учебной дисциплины коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе; сущность, роль и значение коммерческой деятельности в АПК; теоретические и методологические основы формирования системы материально технического обеспечения, а также особенности действующей системы материально-технического обеспечения предприятий АПК Беларуси; методику анализа экономической эффективности производственно-коммерческой деятельности предприятий всех сфер АПК; основные коммерческие риски и методы их оценки; методы оценки конкурентоспособности продукции и предприятий АПК; основы формирования системы сбыта продукции, включая основные виды сельскохозяйственной продукции Беларуси; приёмы оценки, управления и прогнозирования ассортимента и каналов реализации выпускаемой продукции, услуг; приёмы оценки, управления и прогнозирования каналов поступления сырья, материалов, технологического оборудования и других элементов материально-технической базы; методы изучения конъюнктуры рынка агропромышленной продукции; порядок формирования и применения цен на продукцию и услуги АПК в современных условиях хозяйствования;</p> <p>уметь: анализировать результаты коммерческой работы на пред-</p>	<p>Дисциплина изучается в VI семестре. Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 50/70 часов. Текущая аттестация: опрос, тестирование. Промежуточная аттестация - зачет.</p>
--	--	---	--

		<p>приятии агропромышленного комплекса с целью обоснования перспективной стратегии развития производства;</p> <p>иметь навык:</p> <p>рассчитывать показатели эффективности работы коммерческих служб предприятий; планировать и организовывать производственно-коммерческую работу на предприятиях АПК; выполнять коммерческие операции на всех стадиях аграрного производства.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Экономика организации», «Правовое регулирование хозяйственной деятельности», «Товарная политика предприятия».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Агробизнес».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Сущность, предмет, задачи и методология дисциплины «Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе». Организационно-экономические и правовые основы коммерческой деятельности в АПК. Материально-техническое обеспечение предприятий АПК. Основы формирования системы сбыта сельскохозяйственной продукции и продовольствия. Организация коммерческой деятельности на перерабатывающих (обрабатывающих) предприятиях. Организация коммерческой деятельности на предприятиях агросервиса. Агротуризм.</p>			
<p>Основы научных исследований</p>	<p>Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации.</p> <p>Применять методологию функционально-стоимостного анализа, осуществлять анализ затрат и оценку уровня значимости функций объекта анализа, определять соответствие затрат функциям объекта.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>основные понятия научных исследований; современные подходы к осуществлению экономических исследований в сфере аграрной экономики; правила, принципы и порядок организации экономических научных исследований; основные методы сбора экономической информации; методы и приемы проведения экономических исследований; особенности проведения экономических и маркетинговых исследований в сфере АПК; организацию учебно-исследовательской работы студентов;</p> <p>уметь:</p> <p>идентифицировать проблему экономического исследования; составлять план и программу экономического исследования; генерировать рабочую гипотезу, проверяемую в процессе экономического исследования; разрабатывать формы для сбо-</p>	<p>Дисциплина изучается в VI семестре.</p> <p>Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 50/70 часов.</p> <p>Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет.</p>

		<p>ра количественной информации; осуществлять подготовку отчета и презентации о проведенном экономическом исследовании;</p> <p>иметь навык:</p> <p>применения междисциплинарного подхода для решения поставленных задач; использования современных методов сбора, обработки и анализа экономической информации; самостоятельного проведения экономических и маркетинговых исследований; подготовки отчета и презентации результатов проведенных исследований.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Экономика организации», «Маркетинговые исследования и аналитика».</p>			
<p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Агробизнес», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».</p>			
<p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Наука и ее роль в развитии общества, методология и структура научного исследования, сущность, содержание и особенности экономических исследований, организация и информационное обеспечение экономических исследований, исторический метод исследования, абстрактно-логический метод исследования, монографический метод исследования, экспериментальный метод исследования, экономико-статистический метод исследования, расчетно-конструктивный метод исследования, балансовый метод исследования, экономико-математический метод исследования, социологический метод исследования, оформление результатов экономических исследований, учебно-исследовательская работа студентов.</p>			
<p>Модуль «Совершенствование рыночных бизнес-процессов»</p>			
<p>Экономико-математические методы и модели</p>	<p>Применять методы экономико-математического моделирования в анализе, прогнозировании конъюнктуры рынка и среды маркетинга.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>основы экономико-математического моделирования, анализа и прогнозирования; методы и модели межотраслевого баланса, оптимального программирования, теории массового обслуживания, теории игр, управления запасами, сетевого планирования и управления;</p> <p>уметь:</p> <p>моделировать экономические ситуации, связанные с оптимизацией исследуемых процессов; решать экономические задачи экономико-математическими методами;</p> <p>иметь навык:</p>	<p>Дисциплина изучается в V семестре.</p> <p>Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 54/54 часа.</p> <p>Текущая аттестация: проведение опросов; тесты, контрольные работы.</p> <p>Промежуточная аттестация - зачет.</p>

		<p>владеть современными экономико-математическими методами анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка и среды маркетинга.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Статистика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Основы научных исследований».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Изучение теоретических основ экономико-математического моделирования, анализа и прогнозирования; формирование практических навыков построения и использования экономико-математических моделей по реальным данным; освоение современных экономико-математических методов и моделей анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка и среды маркетинга.</p>			
<p>Исследование операций в маркетинге</p>	<p>Применять количественный и качественный методы при принятии решений в области маркетинга</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: основы экономико-математического моделирования, анализа и прогнозирования; основные проблемы и направления развития теории и практики исследования операций; область применения исследования операций; типовые экономико-математические модели исследования операций, применяемые в маркетинге; современные пакеты прикладных компьютерных программ; принципы решения математических задач на базе специальных и универсальных экономико-математических методов, применяя персональные компьютеры и пакеты прикладных программ; способы и средства анализа, полученных результатов с целью формирования предложений по очередности и механизму реализации решений в практику предприятий агропромышленного комплекса;</p> <p>уметь: проводить идентификацию экономико-математических моделей; применять теоретические знания при проведении анализа и прогнозирования экономических процессов и систем; моделировать экономические ситуации, связанные с оптимизацией исследуемых процессов; составлять основные экономико-математические модели, применения которых призвана</p>	<p>Дисциплина изучается в V семестре. Трудоёмкость – 3 з.ед., объём – 54/54 часа. Текущая аттестация: проведение опросов; тесты, контрольные работы. Промежуточная аттестация - зачет.</p>

		<p>но повысить качество и эффективность деятельности маркетинговых служб объектов агропромышленного комплекса; решать экономические задачи экономико-математическими методами с использованием компьютерных и программных средств по реальным данным; разрабатывать оптимальные организационно-экономические решения в условиях развития рыночных отношений; обосновывать с помощью приемов и методов исследования операций, как оптимальные решения, так и альтернативные варианты для формирования предложений к внедрению в производство; применять полученные знания при научных исследованиях экономических явлений, процессов и систем;</p> <p>иметь навык: владеть современными экономико-математическими методами анализа и прогнозирования конъюнктуры рынка и среды маркетинга.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Микроэкономика», «Статистика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужит основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг инноваций», «Маркетинг закупок».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Целью учебной дисциплины «Исследование операций в маркетинге» является формирование у студентов знаний и навыков по изучению, анализу и оптимизации управленческих процессов и систем, сводящихся к оптимизации бизнес-процессов в маркетинговой деятельности.</p>			
<p>Маркетинг инноваций</p>	<p>Применять принципы, методы и инструменты маркетинга в инновационном процессе, осуществлять ситуационный анализ рынка инновации, проводить обоснование принимаемых маркетинговых решений по обеспечению инновационного развития предприятия</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: цели, задачи, функции, объект и предмет маркетинга инноваций; методы проектирования, разработки, создания, рыночной оценки и позиционирования инновационного продукта; формы и методы продвижения и сбыта инновационного продукта; формы и методы продвижения и сбыта инновационного продукта;</p> <p>уметь: идентифицировать запросы инновационных потребителей;</p>	<p>Дисциплина изучается в V и VI семестре. Трудоёмкость – 6 з.ед., объём – 118/110 часов. Текущая аттестация: модули в виде письменных контрольных работ, рефератов и тестов. Промежуточная атте-</p>

		<p>осуществлять рыночное позиционирование инновационного продукта и определять его рыночный потенциал;</p> <p>иметь навык:</p> <p>владеть методами целенаправленного поиска и генерирования инновационных идей; владеть методами прогнозирования, развития технологии производства инновационного продукта, рынка, цены и других характеристик инноваций; владеть методами маркетингового анализа инновационного проекта.</p>	<p>стация - зачет (V семестр), экзамен (VI семестр).</p>
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Товарная политика предприятия», «Ценообразование», «Поведение потребителей».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужит основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Инвестиционное проектирование», «Маркетинг агропромышленных комплексов»</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Инновации как фактор социально-экономического развития и объект маркетинга. Маркетинг инноваций: сущность, особенности становления и развития. Функции и инструменты. Маркетинг в инновационном процессе. Жизненный цикл инноваций. Рынок инноваций: маркетинговые параметры рынка, субъекты, объекты и инфраструктура. Инновационное развитие предприятия (организации). Маркетинг инновационного продукта. Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска инноваций. Маркетинговые исследования потенциальных рынков сбыта и потребителей инновационного продукта. Разработка инновационного продукта. Формирование цены инновационного продукта. Маркетинговые коммуникации для инновационного продукта. Формирование системы сбыта инновационного продукта. Маркетинговое обеспечение потребления инновационного продукта. Оценка инновационной активности предприятия (организации) и результативности маркетинга инноваций.</p>			
<p>Коммерциализация инновационных решений</p>	<p>Применять методологические основы управления коммерциализацией инновационных решений, применять в практике маркетинговой деятельности современные формы и методы управления процессами трансфера технологий</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>основные методы и модели коммерциализации инновационных продукта; методы и приемы, применяемые производителями в процессе изучения рынка и коммерциализации инноваций; систему управления коммерциализацией инноваций; особенности использования принципов маркетинга в процессе коммерциализации инноваций; приоритеты инновационной политики Республики Беларусь;</p> <p>уметь:</p> <p>квалифицированно и грамотно оперировать базовыми терминами и понятиями, используемыми в коммерциализации</p>	<p>Дисциплина изучается в V и VI семестре.</p> <p>Трудоемкость – 6 з.ед.</p> <p>Объем: 118/110 часов.</p> <p>Текущая аттестация: устный опрос, тестирование.</p> <p>Промежуточная аттестация - зачет (V семестр), экзамен (VI семестр).</p>

		<p>инновационных решений; использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления коммерциализации инновационных решений, готовить аналитические материалы по результатам их применения; формировать предложения по повышению эффективности коммерциализации инновационных решений;</p> <p>иметь навык:</p> <p>владеть методами поиска и генерирования инновационных идей; владеть навыками применения методов и инструментов прогнозирования, развития технологии производства инновационного продукта, рынка, инновационного бизнеса, цены и других характеристик инноваций; владеть использованием программных средств, предназначенных для коммерциализации инновационных решений.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины.</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Теория маркетинга», «Ценообразование», «Поведение потребителей», «Товарная политика предприятия».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины.</u> Полученные знания послужит основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Инвестиционное проектирование», «Маркетинг агропромышленных комплексов».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины.</u> Коммерциализация инновационных решений как ключевой этап инновационной деятельности предприятия. Этапы коммерциализации инновационного продукта. Маркетинговые исследования спроса на новую продукцию и услуги. Диффузия как неотъемлемый элемент инновационного процесса. Маркетинговые решения на стадии инициации и поиска инноваций. Ценообразование на инновационную продукцию и стимулирование коммерциализации. Выбор формы продаж и формирование каналов распределения инноваций. Стратегии коммерциализации инноваций. Внешнеэкономическая инновационная деятельность предприятия. Организация производства и оценка эффективности продаж инноваций.</p>			
<p>Конкуренция и конкурентоспособность организации</p>	<p>Определять конкурентоспособность предприятия, разрабатывать и реализовывать конкурентную стратегию о взаимосвязи с конъюнктурой товара, отрасли, региона, страны</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <p>что такое конкуренция, конкурентоспособность продукта, конкурентоспособность организации, конкурентоспособность отрасли, конкурентоспособность страны и их взаимосвязь; теоретические и практические основы конкуренции и конкурентоспособности; ключевые способы формирования конкурентных преимуществ организаций; механизм выра-</p>	<p>Дисциплина изучается в V семестре.</p> <p>Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 72/48 часов.</p> <p>Текущая аттестация: опрос, тестирование.</p> <p>Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		<p>ботки успешных конкурентных стратегий и возможностей их реализации; инструменты и методы повышения конкурентоспособности организации;</p> <p>уметь: оценивать состояние конкурентной среды на рынке и определять конкурентную позицию организации; рассчитывать комплексную систему показателей конкурентоспособности организации; планировать мероприятия по повышению конкурентоспособности организации;</p> <p>иметь навык: расчета показателей конкурентоспособности продукта и организации; навыками разработки конкурентных стратегий.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Экономическая теория», «Теория маркетинга», «Маркетинговые исследования и аналитика».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Маркетинг в агропромышленном комплексе», «Агробизнес».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Введение в дисциплину, экономическая сущность конкуренции и ее роль в развитии экономики, функции и виды конкуренции, экономические законы рыночных отношений, оценка конкурентоспособности субъектов рынка: страны, региона, отрасли, конкурентоспособность организации и методы ее оценки, конкурентоспособность товара (продукции) и методы ее оценки, источники и инструменты получения конкурентных преимуществ, подходы к управлению конкурентоспособностью организаций, принципы разработки конкурентных стратегий, формирование целей и структуры конкурентной стратегии, проектирование и механизм реализации конкурентной стратегии с учетом особенностей предприятий, государственное регулирование конкурентных отношений, цифровизация экономики: основные тенденции и перспективы, развитие конкурентных преимуществ в условиях цифровизации экономики.</p>			
<p>Анализ и управление бизнес-процессами</p>	<p>Применять современные методы планирования бизнес-процессов в целях повышения их эффективности</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: методы анализа бизнес-процессов; теорию процессного подхода; основные принципы анализа бизнес-процессов; функциональные возможности и особенности современных информационных систем бизнес-анализа;</p> <p>уметь: квалифицированно и грамотно оперировать базовыми терминами и понятиями, используемыми в бизнес-анализе; ана-</p>	<p>Дисциплина изучается в V семестре. Трудоемкость – 3 з.ед., объем – 72/48 часов. Текущая аттестация: устный опрос, тестирование, модули. Промежуточная аттестация - экзамен.</p>

		<p>лизировать бизнес-процессы предприятия; организовывать процесс по изучению и описанию бизнес-процессов предприятия; проводить исследование и анализ бизнес-систем, строить их описание в виде формальных моделей, формировать предложения по улучшения бизнес-процессов; использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения; использовать инструменты совершенствования бизнес-процессов;</p> <p>иметь навык: владеть методами анализа и управления бизнес-процессами; навыками применения методов и инструментов бизнес-анализа; использования программных средств, предназначенных для управления и моделирования бизнес-процессами.</p>	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплин:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Ценообразование», «Поведение потребителей», «Товарная политика предприятия».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учебных дисциплин: «Инвестиционное проектирование», «Маркетинг в агропромышленном комплексе».</p> <p><u>Краткое содержание учебной дисциплины:</u> Основы процессного подхода и бизнес-процессов. Основные виды бизнес-процессов организации. Методы анализа бизнес-процессов. Оценка бизнес-процессов. Основные концепции улучшения бизнес-процессов. Реинжиниринг бизнес-процессов. Методологические подходы к обоснованию перспективных бизнес-моделей организации (предприятия).</p>			
Дополнительные виды обучения			
Физическая культура	Владеть навыками здоровьесбережения	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалистов; основы Государственной политики Республики Беларусь в области физической культуры и спорта; теоретико-методические основы физической культуры и здорового образа жизни; основные достижения Республики Беларусь в области физической культуры и спорта; гигиенические и организационные основы занятий физической культурой и</p>	<p>Дисциплина изучается в I-VI семестрах. Объем – /350 часов. Промежуточная аттестация - зачет.</p>

		спортом; уметь: использовать в жизни практические умения и навыки, обеспечивающие сохранение и укрепление здоровья, развития и совершенствование психофизических способностей и качеств; использовать опыт физкультурно-спортивной деятельности для достижения жизненных и профессиональных целей; применять правила безопасного проведения занятий физическими упражнениями и видами спорта.	
<p><u>Пререквизиты учебной дисциплины:</u> Изучения учебной дисциплины базируется на теоретических знаниях и практических навыках в области физической культуры, приобретенных за курс средней школы.</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные теоретические знания и практические навыки послужат основой для сохранения и укрепления здоровья, профилактики заболеваний, поддержания хорошей физической формы для достижения жизненных и профессиональных задач.</p>			
Белорусский язык (профессиональная лексика)	Использовать языковой материал в профессиональной области на белорусском языке	В результате освоения учебной дисциплины студент должен: знать: роль языка и речи в процессе социальной коммуникации; систему лексических, грамматических и стилистических средств белорусского языка; полный набор профессиональной лексики; терминологические словари и справочники по соответствующим направлениям научной и профессиональной деятельности; уметь: грамотно использовать устную и письменную речь; переводить, комментировать и ссылаться на профессионально ориентированные тексты; составлять и вести деловую документацию на белорусском языке, готовить научные и публичные выступления и т.д.; иметь навыки устного и письменного общения на белорусском языке.	Дисциплина изучается во 2 семестре. Объем – 34/26 часов. Текущая аттестация – две контрольные работы. Промежуточная аттестация – зачет.
<p><u>Предпосылки к изучению учебной дисциплины:</u> Для изучения данной дисциплины студентам необходим комплекс знаний, умений и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Белорусский язык», «История Беларуси».</p> <p><u>Постреквизиты учебной дисциплины:</u> Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами следующих учеб-</p>			

ных дисциплин: «История белорусской государственности», «Социология», «Культурология».

Краткое содержание учебной дисциплины: Учебная программа предусматривает усвоение знаний о месте белорусского языка в системе общечеловеческих и национальных ценностей; функционирование белорусского языка в условиях двуязычия; лексическая система белорусского литературного языка; функциональные стили речи, в частности научный и официально-деловой стили; культура профессиональной речи.

Противодействие коррупции

Применять знания основных актов законодательства в сфере противодействия коррупции для выработки и реализации мер по ее предупреждению.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать:
понятие, сущность и признаки коррупции как негативного социально-правового явления, ее исторические корни и генезис; современные виды и формы проявления коррупции, их причины и условия; содержание международно-правовых актов и национального законодательства в сфере противодействия коррупции; организационно-институциональные основы, структуру и полномочия государственных органов, осуществляющих борьбу с коррупцией и участвующих в борьбе с коррупцией; понятие и сущность правонарушений коррупционного характера и основания юридической ответственности за их совершение; систему мер предупреждения коррупции, этические стандарты и правила антикоррупционного поведения, роль институтов гражданского общества в противодействии коррупции;

уметь:
анализировать положения международных и национальных нормативных правовых актов в сфере противодействия коррупции; выявлять современные виды и формы проявления коррупции, их причины и условия; оценивать эффективность мер противодействия коррупции; проводить мероприятия по антикоррупционному образованию и воспитанию, повышению уровня правосознания и правовой культуры граждан Республики Беларусь; организовывать взаимодействие государственных органов, организаций и институтов гражданского общества в сфере противодействия коррупции; противостоять возможному склонению к коррупционному поведению, применять в практической деятельности механизмы

Дисциплина изучается в IV семестре.
Трудоёмкость – 1.5 з. ед.,
объём – 34/20 часов.
Промежуточная аттестация - зачёт.

		<p>предупреждения коррупции; правильно квалифицировать общественно опасное коррупционное поведение;</p> <p>иметь навык:</p> <p>владеть базовыми социально-правовыми знаниями и навыками применения законодательства в сфере противодействия коррупции; способностью к осуществлению аналитической деятельности, генерированию и использованию в практической деятельности идей, выработанных практикой противодействия коррупции в Республике Беларусь и зарубежных государствах; базовыми социально-правовыми знаниями и навыками применения законодательства в сфере противодействия коррупции; способностью к осуществлению аналитической деятельности, генерированию и использованию в практической деятельности идей, выработанных практикой противодействия коррупции в Республике Беларусь и зарубежных государствах; навыками проведения работы по антикоррупционному образованию и воспитанию, организации деятельности комиссий по противодействию коррупции в государственных организациях; способностью определять необходимость и основания применения мер юридической ответственности за правонарушения коррупционной направленности; навыками соблюдения и применения ограничений, связанных с государственной службой; способностью вырабатывать и реализовывать меры по предупреждению коррупции.</p>	
--	--	---	--

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учебным дисциплинам: «Основы управления интеллектуальной собственностью».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для более углубленного изучения студентами учебной дисциплины «Судебно-бухгалтерская экспертиза».

Краткое содержание учебной дисциплины: Противодействие коррупции – учебная дисциплина, значение которой в системе подготовки специалистов определяется важностью борьбы с коррупцией в обществе. Результаты противодействия коррупции зависят от комплекса принимаемых общественно-политических, социальных и экономических мер, в том числе от правильного понимания и точного соблюдения, исполнения, использования и применения норм права. Вопросы, входящие в курс дисциплины: Коррупция как социально- правовое явление.

Стратегия и правовые стандарты противодействия коррупции в Республике Беларусь Правовые основы организации противодействия коррупции в Республике Беларусь. Правонарушения коррупционного характера. Система мер предупреждения коррупции Юридическая ответственность за правонарушения коррупционного характера Институты гражданского общества и противодействие коррупции. Этические стандарты и правила антикоррупционного поведения Международно-правовые акты и международное сотрудничество в сфере противодействия коррупции. Содержание учебного материала учитывает современное состояние антикоррупционного законодательства и практику его применения, а также перспективу их развития.

<p>Безопасность жизнедеятельности человека</p>	<p>Применять основные методы защиты населения от негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечить здоровье и безопасные условия труда.</p>	<p>В результате освоения учебной дисциплины студент должен:</p> <p>знать: о чрезвычайные ситуации, характерных для Республики Беларусь, их возможные последствия, методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и мероприятия по их предупреждению, способы выживания человека в чрезвычайных ситуациях. Знать структуру, задачи, функций и возможности государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций и системы гражданской обороны. Знать основы функционирования экономики и обеспечения безопасности в условиях чрезвычайных ситуаций, а также основы радиационной безопасности человека и его выживания в условиях радиоактивного загрязнения;</p> <p>уметь: современными знаниями, практическими навыками в решении задач по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций;</p> <p>иметь навык: владеть методиками прогнозирования, оценки обстановки в чрезвычайных ситуациях и принимать меры по их предупреждению на своих участках работы. Правильно действовать в условиях чрезвычайных ситуаций и принимать соответствующие решения. Владеть навыками организации работ по обеспечению безопасности в чрезвычайных ситуациях, использования средств индивидуальной и коллективной защиты.</p>	<p>Дисциплина изучается в IV семестре. объем – 68 /34 часа. Текущая аттестация: опрос. Промежуточная аттестация - зачет.</p>
---	---	---	--

Пререквизиты учебной дисциплины: Для изучения данной дисциплины студентам необходим набор знаний и навыков по следующим учеб-

ным дисциплинам: «Правовое регулирование хозяйственной деятельности».

Постреквизиты учебной дисциплины: Полученные знания послужат основой для выполнения программ учебной и производственной практики; выполнения и защиты дипломных работ; изучения студентами учебной дисциплины «Охрана труда».

Краткое содержание учебной дисциплины: Раздел 1. Защита населения и объектов от чрезвычайных ситуаций. Чрезвычайные ситуации, характерные для Республики Беларусь. Организация защиты населения и объектов в Республике Беларусь от чрезвычайных ситуаций. Раздел 2. Радиационная безопасность. Радиоактивные превращения ядер. Основы радиационной безопасности. Радиэкологическая обстановка в Республике Беларусь. Агропромышленное производство в условиях радиоактивного загрязнения. Раздел 3. Основы экологии. Введение. Аутэкология – экология особей. Демэкология – экология популяций. Синэкология – экология сообществ и экосистем. Учение о биосфере. Экологические проблемы Республики Беларусь. Охрана природных ресурсов. Раздел 4. Основы энергосбережения. Энергия и ее роль в жизни общества. Топливо-энергетический комплекс Республики Беларусь. Энергосбережение в различных отраслях экономики и в быту.