

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«ГОМЕЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ П.О.СУХОГО»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор ГГТУ  
им. П.О. Сухого

 О.Д.Асенчик

« 10 » 07, 2015

Регистрационный № УД - 01-12/уч.

ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине  
для специальности: 1-26 02 03 «Маркетинг»

2015

Учебная программа составлена на основе: образовательного стандарта ОСВО 1-26 02 03-2013; учебных планов специальности «Маркетинг»: № Е 26-1-10/уч. 17.09.2013; № Е 26-1-28/уч. 13.02.2014; № Е 26-1-50/уч. 21.09.2013.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Соловьева Л.Л. доцент кафедры «Маркетинг» учреждения образования «ГГТУ имени П.О.Сухого», кандидат экономических наук, доцент

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

В.И.Маргунова, доцент кафедры коммерции и логистики учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет, кандидат экономических наук, доцент

Л.М.Лапицкая, доцент кафедры «Менеджмент» учреждения образования «Гомельский государственный университет им. П.О.Сухого», кандидат экономических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой «Маркетинг» учреждения образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»  
(протокол № 11 от 21.05.15);

Научно-методическим советом гуманитарно-экономического факультета учреждения образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»

(протокол № 10 от 17.06.2015); 9046-1/81 *Зрсссф*

Научно-методическим советом заочного факультета учреждения образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»

(протокол № 5 от 4.06.15); УР03-051-07

Научно-методическим советом учреждения образования «Гомельский государственный технический университет имени П.О. Сухого»

(протокол № 5 от 09.07.2015).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА.

### *Актуальность изучения учебной дисциплины*

В рыночной экономике огромное внимание уделяется проблемам качества, обусловленное наличием конкурентной среды. В странах с развитой рыночной экономикой конкурентная борьба обусловила разработку программ повышения качества. В научных исследованиях и в практике возникла необходимость выработки объективных показателей для оценки способностей фирм производить продукцию с необходимыми качественными характеристиками, подтверждаемыми сертификатом соответствия на продукцию. Успешная реализация качественного продукта потребителю является главным источником существования любого предприятия. Этим обуславливается актуальность дисциплины «Товарная политика и управление качеством».

### *Цели и задачи учебной дисциплины*

Цель курса «Товарная политика и управление качеством» – получение студентами теоретических знаний и приобретение необходимых практических навыков в области управления качеством и товарной политикой на предприятии, которые они смогут использовать в своей будущей работе.

В процессе изучения данного курса необходимо решить следующие задачи:

- сформировать знания о подходах к управлению качеством систем и продукции в организации, о современной концепции качества;
- овладеть приемами и навыками оценки состояния организации с точки зрения управления качеством;
- овладеть механизмом управления качеством в организации;
- приобрести практические навыки в области управления качеством;
- получить необходимые знания для того, чтобы иметь представление об особенностях проведения сертификации в РБ и других странах;
- изучить содержание товарной политики и ее составляющих;
- освоить методы оценки конкурентоспособности продукции;
- изучить этапы разработки новой продукции;
- изучить организацию сервисной деятельности на предприятии.

Для успешного овладения курсом «Товарная политика и управление качеством» необходимо знание следующих дисциплин: «Маркетинг», «Эконометрика и экономико-математические модели».

### *Требования к уровню освоения содержания учебной дисциплины*

Изучение дисциплины «Товарная политика и управление качеством» осуществляется в рамках компетентностной модели подготовки специалиста. В рамках изучаемой дисциплины предъявляются следующие требования к компетенции специалиста.

### *Требования к академическим компетенциям специалиста.*

Специалист должен:

- уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;

- владеть системным и сравнительным анализом;
- владеть исследовательскими навыками;
- обладать креативностью;
- уметь работать самостоятельно;
- уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни

*Требования к социально-личностным компетенциям специалиста*

Специалист должен:

- обладать качеством гражданственности;
- быть способным к социальному взаимодействию.

*Требования к профессиональным компетенциям специалиста*

Специалист должен быть способен:

Организационно-управленческая деятельность:

- организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей;
- взаимодействовать со специалистами смежных профилей;
- анализировать и оценивать собранные данные;
- готовить доклады, материалы к презентациям;

Планово-экономическая деятельность:

- разрабатывать технико-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий организации;
- определять экономическую и социальную эффективность маркетинговых мероприятий.

Информационно-аналитическая деятельность:

- осуществлять информационное обеспечение маркетинга;
- осуществлять анализ маркетинговой деятельности организации;

Товарно-производственная деятельность:

- разрабатывать товарную политику и товарную стратегию предприятия;
- планировать товарный ассортимент с учетом спроса;
- разрабатывать предложения по формированию производственной программы;
- осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

В ходе изучения курса «Товарная политика и управление качеством» студенты должны

*а) знать:*

- этапы развития и принципы систем качества;
- основы современных подходов к управлению качеством в организации;
- современную концепцию качества;
- механизм управления качеством в организации;
- методику оценки уровня качества;
- особенности проведения сертификации;
- основные методы контроля и управления качеством;

- о целях и задачах товарной политики;
- о системе управления товарным ассортиментом.
- содержание маркетинговой деятельности по разработке новых и модернизации выпускаемых изделий;
- методы управления сервисной деятельностью предприятия.

*б) уметь:*

- квалифицированно использовать нормативную и организационно-экономическую документацию в области управления качеством на предприятии;
- использовать полученные знания, с целью формирования оценки качества системы менеджмента и продукции;
- применять практические навыки по оценке затрат на качество;
- выявлять проблемы при анализе конкретных ситуаций и предлагать способы их решения в области управления качеством на предприятии;
- систематизировать, обобщать информацию, готовить обзоры по вопросам в области управления качеством, редактировать, реферировать и рецензировать тексты профессионального содержания в сфере менеджмента;
- анализировать процессы управления качеством в системе международного бизнеса
- проводить функционально-стоимостной анализ товара;
- разрабатывать идеи новых товаров, товарных марок, упаковки с использованием экспертных оценок.

*в) владеть:*

- основными принципами построения систем менеджмента качества и сертификации на предприятии;
- информационными технологиями менеджмента качества и сертификации на предприятии;
- методами планирования, учета и анализа затрат на качество и сертификацию продукции;
- методикой маркетингового обоснования производства новых изделий и производственной программы предприятия.

*Структура содержания учебной дисциплины*

Содержание дисциплины представлено в виде трех модулей, которые характеризуются относительно самостоятельными укрупненными дидактическими единицами содержания обучения. Каждый модуль поделен на темы. Содержание тем опирается на приобретенные ранее студентами компетенции при изучении общепрофессиональной дисциплины «Маркетинг».

*Методы (технологии) обучения*

Основными методами (технологиями) обучения, отвечающим целям изучаемой дисциплины, являются:

- элементы проблемного обучения (проблемное изложение, частично-поисковый метод), реализуемые на лекционных занятиях;

- элементы учебно-исследовательской деятельности, реализация творческого подхода, реализуемые на практических занятиях.

*Общее количество часов и распределение по видам занятий*

Дисциплина относится к циклу общенаучных и общепрофессиональных дисциплин (компонент УВО). Общая трудоемкость дисциплины составляет 204 часов, что соответствует 5,0 зачетным единицам.

Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

Форма получения высшего образования	дневная	заочная (4,0 года обучения)	заочная (5,0 лет обучения)
Курс	3	3	3,4
Семестр	6	5,6	6,7
Лекции (часов)	51	8	10
Практические (семинарские) занятия (часов)	34	6	8
Лабораторные занятия (часов)	-	-	-
Всего аудиторных (часов)	85	14	18
Всего по дисциплине (часов)	204	204	204
Экзамен - семестр	-	-	-
Зачет - семестр	6	6	7

### СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА :

#### Раздел 1. Теоретические основы управления качеством

##### Тема 1.1. Проблема качества товара на современном этапе

Предмет и задачи курса, его связь с другими дисциплинами. Составляющие качества. Качество, как социально-экономическая категория, аспекты качества. Актуальность проблемы повышения качества на современном этапе. Принципы управления качеством. Управление качеством как фактор успеха предприятия в конкурентной борьбе Развитие философии качества. Международный опыт развития качества.

##### Тема 1.2. Понятие качества и конкурентоспособности продукции

Основные определения качества и конкурентоспособности продукции. Внешние и внутренние факторы, определяющие качество. Мультиатрибутивная модель товара. Классификация показателей качества продукции. Показатели качества продукции: назначения, эргономические, эстетические, надежности, безопасности и др.

### Тема 1.3. Современные системы управления качеством

Эволюция концепции управления тотальным качеством. Основные принципы современных систем управления качеством продукции. Петля качества и ее характеристики. Круг Деминга. Система «ДЖИТ». Комплексная система управления качеством продукции (КСУКП). Основные положения концепции TQM. Внедрение системы TQM на предприятии.

### Тема 1.4. Квалиметрия в системах управления качеством

Сущность квалиметрии. Методы определения значений измеримых и неизмеримых показателей качества. Методы оценки уровня качества. Укрупненный алгоритм оценки уровня качества продукции. Оптимизация уровня качества продукции.

### Тема 1.5. Общие функции управления качеством продукции

Планирование процесса управления качеством. Организация, координация и регулирование процесса управления качеством. Мотивация в процессе управления качеством. Контроль, учет и анализ процессов управления качеством.

## Раздел 2. Механизм управления качеством

### Тема 2.1. Управление качеством продукции на предприятии

Системный подход в управлении качеством. Принципы организации производственного процесса в системе управления качеством. Организация управления качеством на предприятии. Нормативные расчеты ресурсного обеспечения служб контроля качества. Зарубежный опыт управления качеством продукции. Отечественный опыт развития систем управления качеством продукции.

### Тема 2.2. Основы метрологии

Роль метрологии в управлении качеством. Метрологическое обеспечение системы управления качеством. Система обеспечения единства измерений. Средства измерений. Проверка средств измерений. Методы контроля качества, анализа дефектов и их причин. Статистические методы контроля качества.

### Тема 2.3. Стандартизация и сертификация продукции и систем качества

Сущность стандартизации в управлении качеством. Стандарты и руководящие документы Республики Беларусь. Система управления качеством

ИСО 9000 и ИСО14000. Сущность, формы и основные принципы сертификации. Структура и функции системы сертификации. Нормативно-методическая база процедур сертификации. Структура процесса сертификации.

#### Тема 2.4. Анализ затрат на обеспечение качества

Виды затрат на обеспечение качества. Методы анализа и управления затратами на обеспечение качества. Функционально-стоимостной анализ затрат на качество продукции. Этапы ФСА и их содержание.

### Раздел 3. Товарная политика

#### Тема 3.1. Содержание товарной политики

Понятие товарной политики, задачи и направления товарной политики. Понятие продукта. Понятие товара в системе маркетинга. Многоуровневые интегральные модели товара: двух-, трех-, четырех- и пятиуровневые. Принципы товарной политики. Методы классификации, их достоинства и недостатки. Классификации товаров. Системы кодирования товаров. Товарная номенклатура, товарный ассортимент. Понятие упаковки. Понятие товарной информации. Характеристика информационных знаков. Правовое регулирование требований к товарной информации. Понятие товарной марки, ее виды. Брэндинг.

#### Тема 3.2. Методы оценки конкурентоспособности товара

Общая формула конкурентоспособности. Классификация показателей конкурентоспособности. Цели и назначения оценки конкурентоспособности товара. Классификация методов оценки конкурентоспособности товара. Матричные методы оценки конкурентоспособности товара. Оценка потенциальной конкурентоспособности товара. Рейтинговая оценка. Метод 1111-5555. Оценка «жестких» и «мягких» параметров. Методы определения значимости показателей конкурентоспособности. Многоугольник конкурентоспособности.

#### Тема 3.3. Разработка и внедрение на рынок нового товара

Понятие «новый товар». Стратегические направления инновационной стратегии. Подходы к разработке стратегии инновации. Этапы процесса инновации товара. Цель каждого этапа. Ошибки при отборе идей. Разработка замысла товара. Точка безубыточности. Пробный маркетинг. Оценка параметров рынка нового товара. Факторы успеха нового товара. Планирование новой продукции в рамках метода «развертывание функции качества». Место службы маркетинга в создании и реализации товара.

#### Тема 3.4. Методы выдвижения идей нового товара

Классификация методов выдвижения новых идей о товаре. Информационный поиск. Эвристический поиск. Мозговая атака. Синектика. Морфологический анализ.



Тема 3.5. Сервисная деятельность фирмы, как фактор обеспечения качества и конкурентоспособности

Место сервиса в системе маркетинговой деятельности предприятия. Жизненный цикл сервисных услуг. Принципы сервиса. Виды сервиса. Задачи системы сервиса. Место предпродажного обслуживания в деятельности предприятия. Послепродажный сервис. Организация сервиса.

Библиотека ГГТУ им.П.О.Суворова

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
(дневная форма получения образования)

Номер раздела,	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I	Раздел 1. Теоретические основы управления качеством	16	10					экзамен
1.	Проблема качества товара на современном этапе	2	1					экзамен
2.	Понятие качества и конкурентоспособности продукции	2	1					экзамен
3.	Современные системы управления качеством	2	2					экзамен
4.	Квалиметрия в системах управления качеством	6	4					экзамен
5	Общие функции управления качеством продукции	4	2					экзамен
II	Раздел 2. Механизм управления качеством	18	12					экзамен
1	Управления качеством продукции на предприятии	6	2					экзамен
2	Основы метрологии	4	4					экзамен
3	Стандартизация и сертификация продукции и систем качества	4	2					экзамен
4	Анализ затрат на обеспечение качества	4	4					экзамен
III	Раздел 3. Товарная политика	17	12					экзамен
1	Содержание товарной политики	4	2					экзамен
2	Методы оценки конкурентоспособности товара	4	4					экзамен
3	Разработка и внедрение на рынок нового товара.	4	2					экзамен
4	Методы выдвижения идей нового товара	2	2					экзамен
5	Сервисная деятельность фирмы, как фактор обеспечения качества и конкурентоспособности	3	2					экзамен
	Итого	51	34					экзамен

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
(заочная форма получения образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
I	Раздел 1. Теоретические основы управления качеством	3/3,5	2/2					тестирование*, экзамен
1.	Проблема качества товара на современном этапе	-	-					экзамен
2.	Понятие качества и конкурентоспособности продукции	0,5/1	1/1					тестирование*, экзамен
3.	Современные системы управления качеством	1/1	-					экзамен
4.	Квалиметрия в системах управления качеством	1/1	1/1					тестирование*, экзамен
5	Общие функции управления качеством продукции	0,5/0,5	-					экзамен
II	Раздел 2. Механизм управления качеством	3/4	2/3					тестирование*, экзамен
1	Управления качеством продукции на предприятии	-/1	-					экзамен
2	Основы метрологии	1/1	1/1					экзамен
3	Стандартизация и сертификация продукции и систем качества	1/1	-					экзамен
4	Анализ затрат на обеспечение качества	1/1	1/2					тестирование*, экзамен
III	Раздел 3. Товарная политика	2/3,5	2/3					тестирование*, экзамен
1	Содержание товарной политики	0,5/0,5	-					экзамен
2	Методы оценки конкурентоспособности товара	0,5/1	1/1					тестирование*, экзамен
3	Разработка и внедрение на рынок нового товара.	0,5/1	1/1					тестирование*, экзамен
4	Методы выдвижения идей нового товара	0,5/0,5	-/1					тестирование*, экзамен
5	Сервисная деятельность фирмы, как фактор обеспечения качества и конкурентоспособности	-/0,5	-					экзамен
	Итого	8/10	6/8					тестирование*, экзамен

Заочная сокращенная (4,0 года обучения) форма обучения / Заочная полная (5,0 лет обучения) форма обучения

\*- для полной заочной формы обучения

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

## Основная литература

1. Карпенко, Е. М. Менеджмент качества : учеб. пособие / Е. М. Карпенко, С. Ю. Комков. - Минск : ИВЦ Минфина, 2007. - 208 с
2. Соловьева, Л. Л. Товарная политика предприятия : учеб. пособие / Л. Л. Соловьева. - Гомель : ГГТУ, 2009. - 124 с.
3. Сыцко, В. Е. Товарная политика предприятия отрасли : учеб. пособие / В. Е. Сыцко, В. В. Садовский, Л. В. Целикова. - Минск : Вышэйшая школа, 2007. - 240 с
4. Титович, А. А. Менеджмент качества : учеб. пособие / А. А. Титович. - Минск : Вышэйшая школа, 2008. - 256 с.
5. Управление качеством: учеб.-метод. пособ. для студентов вузов / под общ. ред. В. Е. Сыцко. - Минск : Вышэйшая школа, 2009. - 191 с.
6. Черник, Н. Ю. Товарная политика предприятия. - Минск: ТетраСистемс, 2007. - 144 с.

## Дополнительная литература

7. Аристов, О. В. Управление качеством : учебник / О. В. Аристов. - Москва : ИНФРА-М, 2004. - 240 с.
8. Басовский, Л. Е. Управление качеством : учебник / Л. Е. Басовский, В. Б. Протасьев. - Москва : ИНФРА-М, 2000. - 212 с.
9. Валевич, Р. П. Управление качеством товаров и услуг : учебное пособие / Р. П. Валевич, О. Б. Пароля. - Минск : БГЭУ, 2008. - 302 с.
10. Варакута, С. А. Управление качеством продукции : учебное пособие / С. А. Варакута. - Москва : ИНФРА-М, 2001. - 207 с..
11. Вдовин, С. М. Система менеджмента качества организации : учебное пособие / С. М. Вдовин, Т. А. Салимова, Л. И. Бирюкова. - Москва : Инфра-М, 2014. - 297, [1] с..
12. Гиссин, В. И. Управление качеством продукции : учебное пособие / В. И. Гиссин. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2000. - 256 с..
13. Дмитриев, Е. И. Азбука менеджмента качества в вузе : учебно-методическое пособие / Е. И. Дмитриев ; М-во образования РБ. - Минск : РИВШ, 2010. - 190, [1] с.
14. Замедлина Е. А. Управление качеством : конспект лекций. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 191с
15. Колеснева, Е. П. Товарная политика предприятия отрасли : практикум : учеб. пособие / Е. П. Колеснева ; С. И. Артеменко. - Минск : ИВЦ Минфина, 2007. - 227 с.
16. Кулибанова, В. В. Маркетинг : сервисная деятельность : учеб. пособие / В. В. Кулибанов. - Санкт-Петербург: Питер, 2000. - 240 с..
17. Немогай, Н. В. Управление качеством : учебник / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич, В. В. Садовский. - Гомель: ЦИИР, 2006. - 360 с. Б

18. Немогай, Н. В. Управление качеством в концепции маркетинга : практикум / Н. В. Немогай, Н. В. Бонцевич, П. Р. Суман. - Минск : Право и экономика, 2003. - 320 с

19. Немогай, Н. В. Стандартизация и сертификация продукции : учебное пособие для вузов / Н. В. Немогай. - Минск : ТетраСистемс, 2010. - 235 с

20. Новицкий, Н. И. Управление качеством продукции : учебное пособие / Н. И. Новицкий, В. Н. Олексюк. - Минск : Новое знание, 2001. - 240 с..

21. Огвоздин В. Ю. Управление качеством : учеб. пособие. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дело и Сервис, 2007. - 288с

22. Окрепилов В. В. Управление качеством : учеб. для вузов. - 2-е изд., доп. и перераб.: - Москва: Экономика, 1998. - 639 с.

23. Розова, Н. К. Управление качеством : учеб. пособие / Н. К. Розова. - Санкт-Петербург: Питер, 2003. - 224 с.

24. Стандартизация и оценка соответствия : учебное пособие для вузов / [В. Е. Сыцко и др.]. - Минск : Вышэйшая школа, 2012. - 237 с.

25. Стандартизация и управление качеством продукции : учебник / под ред. В. А. Швандара. - Москва : ЮНИТИ, 2001. - 487 с.

26. СТБ П 2035-2010. Управление качеством. Анализ измерительных и контрольных процессов. - Изд. офиц. - Минск: Госстандарт, 2010. - 53 с.

27. Управление качеством : учеб.-метод. пособие / под общ. ред. В. Е. Сыцко. - Минск : Вышэйшая школа, 2008. - 192 с

28. Управление качеством продукции : учеб. пособие / под ред. Н. И. Новицкого. - 2-е изд.. - Минск : Новое знание, 2002. - 368 с..

29. Фомин В. Н. Квалиметрия. Управление качеством. Сертификация : учебное пособие для вузов. - Москва : Ось-89, 2005. - 383с.

30. Черник, Н. Ю. Товарная политика предприятия : учеб. пособие / Н. Ю. Черник. - Минск : БГЭУ, 2004. - 279 с

31. Эрастов, В. Е. Метрология, стандартизация и сертификация : учебное пособие для вузов / В. Е. Эрастов. - Москва : Форум, 2010. - 204 с.

32. Менеджмент качества : практикум / В. В. Клейман. - Гомель : ГГТУ им. П. О. Сухого, 2014. - 104 с

Перечень компьютерных программ, наглядных и других пособий, методических указаний и материалов и технических средств обучения

1. Практикум "Товарная политика" по одноименной дисциплине для студентов специальности 1-26 02 03 "Маркетинг" дневной и заочной форм обучения / Л. Л. Соловьева, Л. М. Лапицкая ; кафедра "Маркетинг". - Гомель : ГГТУ, 2006. - 28 с.

2. Практикум "Управление качеством" для студентов специальности 1-26 02 03 "Маркетинг" дневной и заочной форм обучения / Н. В. Пархоменко ; кафедра "Экономика и управление в отраслях". - Гомель : ГГТУ, 2006. - 26 с.

3. Практическое руководство "Управление качеством" к контрольным работам по одноименному курсу для студентов спец. Э.02.02.00 "Маркетинг"

заочного отделения / Н. В. Пархоменко ; кафедра "Экономика и управление в отраслях". - Гомель : ГГТУ, 2004. - 12 с.

4. Управление качеством : курс лекций для студентов специальности 1-26 02 03 "Маркетинг" дневной и заочной форм обучения / Н. В. Пархоменко; Каф. "Экономика и управление в отраслях". - Гомель : ГГТУ, 2005. - 60 с.

5. Функционально-стоимостной анализ технических и управленческих решений: пособие для студентов спец.1-25 01 07 «Экономика и управление на предприятии(Э.01.03.14) заоч. форм обучения / Л.Л. Соловьева -Гомель: ГГТУ им. П.О. Сухого, 2005.-49с

*Список литературы сверен Л. - Жестичено Л. С.*

#### Диагностика компетенций студента

Процедура диагностики компетенций студента изложена в образовательном стандарте высшего образования первой ступени по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» предполагает использование следующего диагностического инструментария:

- текущий тестовый опрос по отдельным темам учебной программы;
- выполнение и защита на практических занятиях индивидуальных заданий;
- доклады на семинарских занятиях с мультимедийной презентацией;
- выступление на студенческой научной конференции с мультимедийной презентацией подготовленного доклада;
- письменные отчеты по аудиторным (домашним) заданиям;
- письменные (устные) ответы при сдаче модулей;
- тестирование при итоговом оценивании.

Оценка учебных достижений студента на экзамене проводится по критерию 10-балльной системы. Для оценки учебных достижений студентов используются критерии, утвержденные министерством образования Республики Беларусь.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Маркетинг	Маркетинг	Содержание дисциплины согласовано	<i>пр. n 11 21.05.2015</i>
Эконометрика и экономико-математические модели	Экономика и управление в отраслях	Содержание дисциплины согласовано	<i>пр. n 9 26.05.2015</i>