Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

_____ А.В. Егоров
«31» 12 2025.
Регистрационный № УД-8878/25/уч.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности
7-06-0311-01 «Экономика»

2025

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта углубленного высшего образования ОСВО 7-06-0311-02-2023 и учебного плана университета по специальности 7-06-0311-01 «Экономика»

СОСТАВИТЕЛИ:

Ю.Б. Вашкевич, старший преподаватель кафедры мировой экономики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

А.А. Бажина, доцент кафедры экономической политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

Е.А. Милашевич, заведующий сектором социальных и потребительских услуг отдела экономики сферы услуг ГНУ «Институт экономики Национальной академии наук Беларуси», кандидат экономических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой мировой экономики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 5 от 31 12 2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № 4 от 31 12 2025)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент и конкурентные преимущества» направлена на изучение ключевых концепций, инструментов и принципов формирования стратегии и проведения конкурентного анализа. Учебная дисциплина фокусируется на формировании у магистрантов умений принятия решений и действий, основывающихся на анализе информации, организационных процессов, умениях и деловых суждениях, которые менеджеры должны использовать для разработки стратегий, позиционирования своего бизнеса, определения границ компании и максимизации долгосрочной прибыли в условиях неопределенности и конкуренции.

Цель учебной дисциплины — овладение современными методами управления стратегической деятельностью компаний.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- развитие у магистрантов навыков стратегического мышления в отношении бизнеса, его позиционирования, получения устойчивых конкурентных преимуществ;
- формирование умений проведения стратегического анализа в различных сферах деятельности и конкурентных условиях;
- формирование у магистрантов опыта составления бизнес-стратегий, обоснования выбора стратегических вариантов, анализа имеющихся альтернатив стратегического выбора;
- развитие у магистрантов умений принятия управленческих решений в оценке бизнес-рисков в условиях современных вызовов глобального развития рынков.

В результате изучения учебной дисциплины «Стратегический менеджмент и конкурентные преимущества» формируются следующие **компетенции:**

универсальная:

развивать инновационную восприимчивость и способность к инновационной деятельности.

специализированная:

оценивать международные социально-экономические, организационно-правовые и технологические условия осуществления предпринимательской деятельности, разрабатывать меры регулирующего воздействия, способствующие повышению эффективности деятельности предпринимательской структуры

В результате изучения учебной дисциплины магистрант должен:

знать:

- эволюцию развития стратегического менеджмента;

- общие концепции, инструменты и принципы формирования стратегии и проведения конкурентного анализа.

уметь:

- анализировать структурные характеристики отрасли, разрабатывать стратегии позиционирования фирмы с учетом специфики отдельных отраслей и сфер деятельности;
- различать различные этапы эволюции отрасли и разрабатывать рекомендации по формированию соответствующих стратегий развития;
- оценивать ресурсы и возможности фирмы в плане поддержания их конкурентных преимуществ;
- различать основные виды конкурентных преимуществ и формулировать стратегии, основанные на их использовании;
- анализировать динамику конкурентной борьбы;
- формулировать стратегии проникновения на внешние рынки, включая интернационализацию производства.
- управлять рисками, возникающими в процессе деятельности международной корпорации;

иметь навык:

- использования и критического анализа данных из специализированных источников;
- применения инструментов и методик количественного исследования;
- использования теоретических знаний в решении практических проблемных ситуаций.

Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент и конкурентные преимущества» относится к модулю по выбору «Международная бизнес-среда» компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина «Стратегический менеджмент и конкурентные преимущества» базируется на изучении учебных дисциплин «Микроэкономический анализ и политика», «Макроэкономический анализ и политика».

Форма получения образования – дневная.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов - 100 часов, аудиторных - 36 часов, из них лекции - 20 часов лекций, семинарские занятия - 16 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

1 семестр – лекции 20 часов, семинарские занятия – 16 часов.

Самостоятельная работа магистранта – 64 часа.

Трудоемкость – 3 з.е.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение в стратегический менеджмент и конкурентные преимущества.

Стратегический менеджмент: определение и ключевые понятия. Этапы стратегического менеджмента. Модель стратегического менеджмента. Конкурентные преимущества.

Стейкхолдеры: классификация. Миссия компании: миссия, видение, ценности и цели. Корпоративное управление и стратегия: проблема агентов.

Тема 2. Анализ внешней среды

Анализ внешней среды: сканирование, мониторинг, прогнозирование и оценка.

Сегменты общей среды: демографический, экономический, политический / юридический, социокультурный, технологический, глобальный сегменты.

Анализ конкурентной среды: модель пяти сил конкуренции Портера.

Анализ отрасли: матрица оценки внешних факторов, матрица конкурентного профиля, анализ жизненного цикла продукции.

Тема 3. Анализ внутренней среды

Ресурсы, возможности, ключевые компетенции. Осязаемые и неосязаемые ресурсы. Критерии устойчивых конкурентных преимуществ.

Ресурсоориентированный подход к конкурентным преимуществам.

Функции систем менеджмента, маркетинга, финансов/бух.учета, производственной и операционной системы, НИРС. Информационные системы менеджмента.

Анализ стоимостной цепочки: первичные и поддерживающие виды деятельности.

Матрица оценки внутренней среды.

Тема 4. Стратегии ведения бизнеса.

Долгосрочные цели. Система сбалансированных показателей.

Виды стратегий. Стратегии интеграции: прямая, обратная, горизонтальная интеграция. Стратегии внедрения: внедрение на рынок, развитей рынка, развитие продукции. Стратегии диверсификации: связанная и несвязанная диверсификация. Защитные стратегии: выход, изъятие инвестиций, ликвидация. Пять генерический стратегий М. Портера: лидерство по издержкам, стратегии дифференциации, стратегии фокусирования на нестабильных рынках.

Средства достижения стратегий.

Стратегический менеджмент в некоммерческих и правительственных организациях. Стратегический менеджмент в малом бизнесе.

Конкурентное позиционирование в различных условиях: фрагментированные и растущие отрасли, зрелые отрасли, увядающие отрасли.

Тема 5. Анализ и выбор конкурентных стратегий.

Аналитическая система формулирования стратегии: матрица SWOT-анализа, матрица оценки стратегического позиционирования (SPACE-матрица), матрица бостонской консалтинговой группы (BCG), матрица внутреннего и внешнего анализа, матрица гранд-стратегий. Матрица количественного стратегического планирования.

Культурные аспекты выбора стратегии.

Политические аспекты выбора стратегии. Роль регулирования в выборе стратегии.

Тема 6. Реализация стратегий: управленческие и операционные аспекты

Годовые цели. Политика. Распределение ресурсов.

Управление конфликтами.

Взаимодействие структуры и стратегии: функциональные, дивизионные структуры, структура бизнес-единиц, матричная структура.

Реструктуризация, реинжиниринг, е-инжиниринг.

Производственные, операционные, HR аспекты реализации стратегий.

Тема 7. Реализация стратегий: маркетинговые, финансовые/учетные, научно-исследовательские, информационные аспекты

Актуальные маркетинговые аспекты: сегментация рынка, позиционирование продукции.

Финансовые и учетные аспекты: получение средств на реализацию стратегий.

Научно-исследовательские аспекты реализации стратегий.

Менеджмент информационных систем.

Тема 8. Оценка, анализ и контроль реализации стратегий.

Система оценки стратегий.

Источники информации для оценки стратегий.

Характеристики эффективной системы оценки.

Планирование в условиях нестабильности. Аудит.

Тема 9. Бизнес-этика, социальная ответственность, устойчивость окружающей среды.

Бизнес-этика: кодексы поведения, культура этики.

Социальная ответственность: социальная политика, социальная пенсионная политика. Экологическая ответственность.

Тема 10. Глобальные и международные аспекты стратегического менеджмента

Многонациональные корпорации.

Преимущества и недостатки международной деятельности.

Глобальные стратегии: стратегии транснационализации, стратегии выхода на международный рынок.

Формы выхода на зарубежные рынки: экспорт, лицензирование, франчайзинг, совместные предприятия, филиалы.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА»

Дневная форма получения углубленного высшего образования

Номер раздела, Темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Литература	Формы контроля знаний
		Лекции	Практические Занятия	Семинарские Занятия	Лабораторные Занятия	Количество часов УСРС		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 семестр								
1.	Введение в стратегический менеджмент и конкурентные преимущества.	2					[1-9, 14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Введение в стратегический менеджмент и конкурентные преимущества.			1			[1-9, 14]	Опрос Рефераты Доклады

2.	Анализ внешней среды	2				-	[1-14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Анализ внешней среды			2			[1-14]	Анализ практических кейсов, Тест*
3.	Анализ внутренней среды	2				-	[1-14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Анализ внутренней среды			2			[1-14]	Анализ практических кейсов
4.	Стратегии ведения бизнеса	2				-	[1-16]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Стратегии ведения бизнеса			2			[1-16]	Опрос* Рефераты Доклады
5.	Анализ и выбор стратегий	2				-	[1-14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях

	Анализ и выбор стратегий			2			[1-14]	Анализ практических кейсов
6.	Реализация стратегий: управленческие и операционные аспекты	2				-	[1-14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Реализация стратегий: управленческие и операционные аспекты			1			[1-14]	Опрос, анализ практических кейсов
7.	Реализация стратегий: маркетинговые, финансовые/учетные, научно-исследовательские, информационные аспекты	2				-	[1-14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Реализация стратегий: маркетинговые, финансовые/учетные, научно-исследовательские, информационные аспекты			1			[1-14]	Опрос, анализ практических кейсов
8.	Оценка, анализ и контроль реализации стратегий	2				-	[1-14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Оценка, анализ и контроль реализации стратегий			1			[1-14]	Опрос, анализ практических кейсов

9.	Бизнес-этика, социальная ответственность, устойчивость окружающей среды.	2				-	[1-14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Бизнес-этика, социальная ответственность, устойчивость окружающей среды.			2			[1-14]	Опрос, анализ практических кейсов
10.	Глобальные и международные аспекты стратегического менеджмента	2				-	[1-14]	Экспресс-опрос на аудиторных занятиях
	Глобальные и международные аспекты стратегического менеджмента			2			[1-14]	Опрос*, анализ практических кейсов
Итого 1 семестр		20		16		-		зачет
Всего		20		16				

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Воронин, А. Д. Стратегический менеджмент: учебник для студентов учреждений высшего образования по специальности магистратуры "Бизнес-администрирование" / А. Д. Воронин, А. В. Королев. – Минск: Вышэйшая школа, 2022. – 272 с.

2. Грант, Р. Современный стратегический анализ / Р. Грант ; [перевел с англ. Д. Строганов]. – 11-е изд. – Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2024. – 719 с.

3. Смольский, А. П. Практический менеджмент: инструменты, стратегия и тактика управления : учебное пособие / А. П. Смольский. – Минск : Мисанта, 2021. – 443, [2] с.

4. Strategic management: методическое пособие / В. В. Великороссов, Д. К. Балаханова, М. Н. Сидоров [и др.]. – М.: Русайнс, 2020. – 196 с. – ISBN 978-5-4365-5251-4. – URL: https://book.ru/book/936720 (дата обращения: 17.02.2026). – Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.

5. Портер, М. Конкурентное преимущество / М. Портер; пер. с англ.—. М.: «Альпина Бизнес Букс», 3-е изд., 2016. – 715 с.

Дополнительная:

6. David, F.R. Strategic Management: concepts and cases / Fred R. David. – Prentice Hall, 2011. – 685 p.

7. Guiltinan, J. P. Marketing management : strategies and programs / J. P. Guiltinan, G. W. Paul. – 5th ed. – New York : McGraw-Hill, 1994. – 480 p.

8. Hill, C.W.L., Jones, G.R. Essentials of Strategic Management / Charles W.L. Hill, Gareth R. Jones. – South-Western Cengage Learning, 2012. – 421 p.

9. Hitt, M.A. Strategic Management: concepts and cases: Competitiveness and Globalization / Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskinsson, Jeffrey Harrison. Cengage Learning, 2023. – 600 p.

10. Pearce, J. An industry approach cases in strategic management / J. Pearce, R. Robinson. – 2nd ed. – Chicago : IRWIN, 1996. – XVIII, 846 p.

11. Pearce, J. Cases in strategic management / J. Pearce, R. Robinson. – 3nd ed. – Burr Ridge : IRWIN, 1994. – 519 p.

12. Pearce, J. Formulation, implementation, and control of competitive strategy / J. Pearce, R. Robinson. – 4th ed. – Homewood : IRWIN, 1991. – 390 p.

13. Pearce, J. Strategic management: formulation, implementation & control / J. Pearce, R. Robinson. – Alternate case ed. – Chicago : IRWIN, 1995. – XXIV, 947 p.

14. Wheelen, T., Hunger J.D. Strategic Management and Business Policy: Toward Global Sustainablility / Thomas L. Wheelen, J. David Hunger. – Pearson, 2012. – 913 p.

15. Макнабб, Б. Как управлять компанией в VUCA-мире: талант, стратегия, риск / Б. Макнабб, Р. Чаран, Д. Кэри ; пер. с англ. О. Захватовой. – Москва : АСТ, 2022. – 255 с.

16. Платформы и экосистемы : [сборник статей] : перевод с английского / [М. Ван Альстайн, Дж. Паркер, С.П. Чаудари и др.]. – Москва : Альпина ПРО, 2023. – 192, [1] с.

Перечень вопросов для проведения зачета

1. Стратегический менеджмент: определение и ключевые понятия. Этапы стратегического менеджмента. Модель стратегического менеджмента. Конкурентные преимущества.
2. Стейкхолдеры: классификация.
3. Миссия компании: миссия, видение, ценности и цели.
4. Корпоративное управление и стратегия: проблема агентов.
5. Анализ внешней среды: сканирование, мониторинг, прогнозирование и оценка.
6. Сегменты общей среды: демографический, экономический, политический / юридический, социокультурный, технологический, глобальный сегменты.
7. Анализ конкурентной среды: модель пяти сил конкуренции Портера.
8. Анализ отрасли: матрица оценки внешних факторов, матрица конкурентного профиля, анализ жизненного цикла продукции.
9. Ресурсы, возможности, ключевые компетенции. Осязаемые и неосязаемые ресурсы. Критерии устойчивых конкурентных преимуществ.
10. Ресурсоориентированный подход к конкурентным преимуществам.
11. Функции систем менеджмента, маркетинга, финансов/бух.учета, производственной и операционной системы, НИРС. Информационные системы менеджмента.
12. Анализ стоимостной цепочки: первичные и поддерживающие виды деятельности.
13. Матрица оценки внутренней среды.
14. Долгосрочные цели. Система сбалансированных показателей.
15. Виды стратегий. Стратегии интеграции: прямая, обратная, горизонтальная интеграция. Стратегии внедрения: внедрение на рынок, развитей рынка, развитие продукции. Стратегии диверсификации: связанная и несвязанная диверсификация. Защитные стратегии: выход, изъятие инвестиций, ликвидация.
16. Пять генерических стратегий М. Портера: лидерство по издержкам, стратегии дифференциации, стратегии фокусирования на нестабильных рынках.
17. Средства достижения стратегий.
18. Стратегический менеджмент в некоммерческих и правительственных организациях. Стратегический менеджмент в малом бизнесе.
19. Конкурентное позиционирование в различных условиях: фрагментированные и растущие отрасли, зрелые отрасли, увядающие отрасли.

20. Аналитическая система формулирования стратегии: матрица SWOT-анализа, матрица оценки стратегического позиционирования (SPACE-матрица), матрица бостонской консалтинговой группы (BCG), матрица внутреннего и внешнего анализа, матрица гранд-стратегий. Матрица количественного стратегического планирования.

21. Культурные аспекты выбора стратегии.

22. Политические аспекты выбора стратегии. Роль регулирования в выборе стратегии.

23. Годовые цели. Политика. Распределение ресурсов.

24. Управление конфликтами.

25. Взаимодействие структуры и стратегии: функциональные, дивизионные структуры, структура бизнес-единиц, матричная структура.

26. Реструктуризация, реинжиниринг, е-инжиниринг.

27. Производственные, операционные, HR аспекты реализации стратегий.

28. Актуальные маркетинговые аспекты: сегментация рынка, позиционирование продукции.

29. Финансовые и учетные аспекты: получение средств на реализацию стратегий.

30. Научно-исследовательские аспекты реализации стратегий.

31. Менеджмент информационных систем.

32. Система оценки стратегий.

33. Источники информации для оценки стратегий.

34. Характеристики эффективной системы оценки.

35. Бизнес-этика: кодексы поведения, культура этики.

36. Социальная ответственность: социальная политика, социальная пенсионная политика.

37. Экологическая ответственность.

38. Многонациональные корпорации. Преимущества и недостатки международной деятельности.

39. Глобальные стратегии: стратегии транснационализации, стратегии выхода на международный рынок.

40. Формы выхода на зарубежные рынки: экспорт, лицензирование, франчайзинг, совместные предприятия, филиалы.

Перечень тем рефератов

Категория 1: Основополагающие теории и критика

1. «Ресурс не является преимуществом, если он не является V.R.I.N.» Критически оцените ресурсную теорию бизнес-модели (RBV) как практический инструмент для менеджеров в XXI веке.

2. Пять сил Портера против стратегии «голубого океана»: какая модель предлагает более жизнеспособный путь к долгосрочному конкурентному преимуществу в цифровую эпоху?

3. Динамические возможности: просто модный термин или подлинная эволюция ресурсной теории бизнес-модели? Обсудите на примере компаний технологического сектора.

4. «Прошлое не является идеальным предсказателем будущего». В какой степени PESTLE и сценарный анализ помогают компаниям преодолеть присущую стратегическому планированию неопределенность?

Категория 2: Отраслевой и конкурентный анализ

5. Применение модели пяти сил Портера к платформенному бизнесу (например, Uber, Airbnb или Google). Как традиционные правила отраслевой конкуренции меняются на многостороннем рынке?

6. Составление карты стратегических групп: выберите отрасль (например, автомобильную, авиационную или индустрию быстрой моды) и проанализируйте, как сформировались стратегические группы. Каковы барьеры мобильности между этими группами?

7. Чем угроза товаров-заменителей отличается от угрозы новых участников в эпоху конвергентных технологий? Используйте примеры из медиаиндустрии или финансовой сферы.

8. Преимущество первопроходца против преимущества позднего новатора: проанализируйте условия, при которых стратегия быстрого следования превосходит стратегию первопроходца. Используйте тематические исследования для подтверждения своих аргументов.

Категория 3: Источники конкурентного преимущества

9. Всегда ли лидерство по затратам несовместимо с дифференциацией? Обсудите концепцию «гибридных стратегий» на примерах таких компаний, как IKEA, Toyota (Lexus) или Uniqlo.

10. «В экономике знаний единственным устойчивым конкурентным преимуществом является культура компании и ее сотрудники». Обсудите это утверждение в контексте привлечения и удержания талантов.

11. Инновации и имитация: почему конкурентам так сложно имитировать «социальные комплексы» ресурсов таких компаний, как Southwest Airlines или Zappos?

12. Проанализируйте роль цепочки создания стоимости компании в создании дифференцированного преимущества. Как такие компании, как

Apple или Dyson, управляют своей основной и вспомогательной деятельностью, чтобы устанавливать премиальную цену?

Категория 4: Корпоративная стратегия и внешняя среда

13. Связанная диверсификация против несвязанной диверсификации: При каких обстоятельствах каждая корпоративная стратегия создает, а не разрушает акционерную стоимость? Используйте исторические и современные примеры.

14. Стратегические альянсы и совместные предприятия часто представляются как «золотая середина» между рынками и иерархиями. Проанализируйте стратегические преимущества и управленческие проблемы использования альянсов для получения конкурентного преимущества.

15. Как критерии ESG (экологические, социальные и управленческие факторы) и концепция «капитализма заинтересованных сторон» меняют наше понимание долгосрочного конкурентного преимущества?

16. Глобализация против деглобализации: Оцените влияние текущей геополитической напряженности и сбоев в цепочках поставок на международные стратегии многонациональных корпораций (МНК).

Категория 5: Применение и современные проблемы

17. Напишите стратегический анализ недавнего провала или упадка конкретной компании (например, Kodak, Nokia, Blockbuster). Был ли это провал стратегии, исполнения или адаптации к окружающей среде?

18. Цифровая трансформация — это не только технологии, но и стратегия. Выберите традиционную отрасль (например, банковское дело, розничная торговля, образование) и проанализируйте, как фирма может использовать цифровые возможности для создания конкурентного преимущества.

19. Инновации в бизнес-моделях: используя модель Business Model Canvas в качестве основы, проанализируйте, как такие компании, как Spotify, Netflix или Peloton, совершили прорыв в устоявшейся отрасли.

20. «Для стартапа первоначальная стратегия менее важна, чем способность к переориентации». Обсудите роль формирующейся стратегии и запланированной стратегии в жизненном цикле успешного предпринимательского предприятия.

Организация самостоятельной работы магистрантов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа магистрантов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 64 часа.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных задач в аудитории во время проведения практических занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к семинарским занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, рефератов, презентаций, эссе и т.д.;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- аналитическая обработка текста (аннотирование, реферирование, рецензирование, составление резюме);
- расчетная работа с данными;
- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия текущего контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

тест;

экспресс-опрос на аудиторных занятиях;

опрос;

реферат;

учебное задание.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три* раза в семестр в виде теста, учебного задания, реферата.

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ.