Учреждение образования

«Белорусский государственный экономический университет»

|  |  |
| --- | --- |
|  | **УТВЕРЖДАЮ**Ректор учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А.В.Егоров \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 Регистрационный № УД \_\_\_\_\_\_\_/уч. |

**ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ**

Учебная программа учреждения высшего образования

 по учебной дисциплине для специальности

7-06-0413-01 «Коммерция»

2024

Учебная программа составлена на основе ОСВО 7-06-0413-01-2023 для специальности 7-06-0413-01 «Коммерция», утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 31.05.2023 №163; учебного плана учреждения высшего образования по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция» (профилизация «Коммерция на внешнем рынке»), регистрационный № 36МГР-23 от 10.01.2023.

**Составитель:**

С. Л. Флерко, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

**Рецензенты:**

О. Ч. Кирвель, доцент кафедры международных экономических отношений маркетинга Белорусского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент;

А.И. Янчук, заведующий кафедрой мировой экономики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 7 от 14.03.2024);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № \_\_ от \_\_.\_\_.2024).

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Учебная программа по учебной дисциплине «Внешнеторговое проектирование» составлена для магистрантов, обучающихся по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция» (профилизация «Коммерция на внешнем рынке»).

В современных условиях практически любая успешно развивающаяся
компания в конечном итоге задумывается о принятии такого серьезного для
ее дальнейшего развития решения, как расширение границ реализации своей
продукции и выход на зарубежные рынки.

Процесс выхода предприятия на зарубежные рынки сам по себе
сопровождается множеством рисков, связанных с жесткой международной
конкуренцией, и требует проведения тщательных маркетинговых
исследований. Учитывая неблагоприятную обстановку в политической сфере
данный процесс усложняется и нуждается в более внимательном подходе к
изучению внешней среды, выбору рынка сбыта и, в соответствии с этим, к
разработке стратегии выхода на конкретный зарубежный рынок, учитывая
все его особенности.

Особенностью данной учебной дисциплины является комплексный подход к управлению внешнеторговыми проектами, который базируется на уже сформулированных знаниях студентов в основах управления и организации внешнеторговой деятельности.

**Цель изучения учебной дисциплины «Внешнеторговое проектирование»** заключается в развитии у студентов экономического мышления, овладение студентами второй ступени образования навыками разработки бизнес проекта в сфере внешнеторговой деятельности.

**Задачами изучения учебной дисциплины являются**:

- теоретическая подготовка будущих специалистов коммерции, которая позволила бы им проявлять инициативу и креативность, в том числе в нестандартных ситуациях;

- формирование профессиональных компетенций для принятия управленческих и инновационных решений по вопросам развития организации;

- подготовка компетентных квалифицированных кадров, хорошо представляющих внешнеторговые проекты, которые реализуются в современной глобальной экономике в целом и во внешнеторговой деятельности.

Содержание учебной дисциплины «Внешнеторговое проектирование» обеспечивает взаимосвязь с такими учебными дисциплинами, как «Ценовая политика на внешнем рынке», «Товаропроводящие сети на внешних рынках».

В результате изучения учебной дисциплины «Внешнеторговое проектирование» формируется следующая специализированная компетенция:

CК - 5 Анализировать экономическую информацию и разрабатывать варианты внешнеторговых проектов на основе критериев социально-экономической эффективности В результате изучения дисциплины магистрант должен:

**знать:**

- сущность проектирования во внешней торговле;

- методы формирования концепции внешнеторгового проекта;

- методы определения границ товарного рынка;

- современные тренды развития внешнеторгового проектирования;

- особенности осуществления внешнеторгового проектирования.

***уметь****:*

- работать с нормативными и правовыми документами при реализации внешнеторгового проекта,

- использовать методы и инструменты планирования и организации работы над внешнеторговым проектом;

- анализировать результаты внедрения внешнеторгового проекта;

- анализировать тенденции и перспективы развития коммерции в новой экономической среде.

**владеть:**

- профессиональной экономической и управленческой терминологией и лексикой;

- навыками анализа факторов и рисков коммерции;

- принципами эффективного управления внешнеторговыми проектами во внешнеторговой деятельности;

- навыками профессиональной аргументации при выборе вариантов внешнеторгового проекта.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Форма получения углубленного высшего образования: очная (дневная), заочная.

Общее количество часов, отводимое на изучение учебной дисциплины в соответствии с учебным планом учреждения высшего образования по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция» составляет 102 часов, из них аудиторных занятий – 44 часа.

Распределение по видам занятий: лекций – 20 часа; практических занятий – 12 часа; семинарских занятий – 12 часов.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине – экзамен на первом курсе в 1 семестре.

**СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

**Тема 1. Современные концепции управления проектом**

Происхождение понятий «проект» и «управление проектом». История формирования методологии управления проектом (PMM). Проект как объект управления. Внешнее и внутренне окружение проекта. Основные участники проекта и их влияние на реализацию проекта. Основные типы работы по управлению проектом. Техника управления проектом. Особенности эффективной реализации проекта. Отличие проектного управления от традиционного управления.

Первые попытки использования подходов на основе проектного управления в реализации сложных проектов.

Современные тенденции развития теории управления проектом. Управление проектом – реализация системного подхода, искусство достижения целей. Зарождение проектного управления. Эволюция систем управления проектами.

Международные стандарты и сертификация в области управления проектами.

**Тема 2. Сущность проектирования во внешней торговле**

Понятие проекта и признаки его классификации.

Типы проектов: организационные, экономические, социальные, технические, смешанные.

Этапы реализации внешнеторгового проекта: маркетинг; закупки; поставки; производство продукции, работ, услуг; реализация продукции.

Участники проекта. Жизненный цикл проекта.

Фазы проекта, рекомендуемые Всемирным банком: прединвестиционная фаза; инвестиционная фаза; эксплуатационная фаза.

Информация, подлежащая количественной оценке, которая требуется для развития идеи проекта в конкретное предложение на внешнеторговых рынках.

Методы управления проектом: метод критического пути (Critical Path Method – СРМ), метод оценки и систематического пересмотра планов (Program Evalution and Review Techique – PERT), карта рентабельности.

**Тема 3. Исследование внешних рынков**

Среда международного маркетинга и факторы ее определяющие. Характеристикаполитической, правовой, экономической, социально-культурной, информационно-технической среды.

Изучение показателей рынка и тенденций его развития. Предоставление информации о текущем состоянии рынка, в том числе анализ основных показателей, характеризующих рынок, тенденциях и перспективах его развития.

Конкурентный анализ. Изучение деятельности зарубежных компаний, ассортимента выпускаемой продукции и цен.

 Основные этапы методики анализа состояния конкуренции на внешнеторговых рынках: определение критериев взаимозаменяемости товаров на внешних рынках; определение уровня конкуренции на внешних рынках; определение временного интервала исследования рынка; определение состава субъектов внешнего рынка; расчет объема товарного рынка и долей игроков; оценка состояния конкурентной среды на внешнеторговых рынках; определение барьеров для конкуренции.

Проведение процедуры «тест гипотетического монополиста»; анализ районов продаж (местоположения покупателей), субъектов рынка; анализ данных об изменении покупателем района приобретения товара.

Изучение потребителей и поиск деловых партнеров. Поиск потребителей и определение степени их заинтересованности в приобретении продукции заказчика, а также определение спроса на товар/услугу, наиболее значимых факторов, влияющих на выбор. Поиск партнеров, поставщиков комплектующих, оборудования, технологических линий.

Использование международных информационных ресурсов: Export Potential Map.

**Тема 4. Выбор и изучение партнеров при выходе на внешние рынки**

Выбор контрагентов на зарубежном рынке. Классификация контрагентов по видам хозяйственной деятельности, правовому положению, характеру собственности, принадлежности капитала. Факторы, оказывающие влияние на выбор внешнеторговых партнеров. Принципы, позволяющие эффективно вести работу по выбору контрагента.

Оперативно-коммерческая работа по изучению потенциального контрагента. Принципы оценки его платежеспособности и деловой репутации на рынке. Составление информационных карт.

Источники информации о потенциальных контрагентах. Финансовые отчеты иностранных фирм и их структура. Формы оперативной, статистической и бухгалтерской отчетности.

Этапы выбора внешнеторговых партнеров: выбор зарубежного рынка или рынков; исследование структуры фирм соответствующей отрасли или рынка; выявление ведущих фирм в отрасли; изучение отдельных фирм и определение круга потенциальных контрагентов.

**Тема 5. Разработка внешнеторгового проекта**

Оценка перспектив реализации продуктов и услуг на внешних рынках. Факторы, определяющие решение о выходе на внешний рынок.

Анализ внешнего рынка. Определение имеющихся собственных ресурсов для международной экспансии. Определение цели при осуществлении внешнеторгового присутствия на рынке. Определение способа выхода на внешнеторговый рынок. Разработка предложения продукта или услуги на внешнеторговом рынке. Определение стратегии распространения продукции.

Определение параметров внешнеторгового проекта. цель (результат); стоимость и бюджет проекта; жизненный цикл проекта.

Жизненный цикл проекта. Структура работ на разных стадиях жизненного цикла внешнеторгового проекта.

Сбор полного пакета документов для реализации внешнеторгового проекта.

Оценка проектов по выходу на внешнеторговые рынки: прямой экспорт; косвенный экспорт; совместное предприятие; иностранное производство; партнерство; покупка иностранной компании; товарные аукционы; лицензирование; аренда или лизинг.

Алгоритм разработки проекта во внешнеторговой деятельности.

Алгоритм реализации проекта во внешнеторговой деятельности.

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Управление закупками на внешнем рынке» для очной (дневной) формы получения углубленного высшего образования**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | Иное\* | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практическиезанятия | Семинарскиезанятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСР |
| Лек-ции | ПЗ (СЗ) |
| 1 | Современные концепции управления проектом | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  | [1,2,3] |
| 2 | Сущность проектирования во внешней торговле | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  | [3,4,5] |
| 3 | Исследование внешнеторгового рынка | 4 | 2 | 4 |  |  |  |  | [5,6] |
| 4 | Выбор и изучение партнеров при выходе на внешнеторговые рынки | 4 | 4 | 2 |  |  |  |  | [5,6,7] |
| 5 | Разработка внешнеторгового проекта | 4 | 2 | 2 |  |  |  |  | [7,8] |
|  | **Всего часов** | **20** | **12** | **12** |  |  |  |  | **Экзамен** |

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** **«ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ»**

**ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | Иное\* | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практическиезанятия | Семинарскиезанятия | Лабораторные занятия | Количество часов УСР |
| Лек-ции | ПЗ (СЗ) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Современные концепции управления проектом | 1 | 1 |  |  |  |  |  | [1,2,3] |
| 2 | Сущность проектирования во внешней торговле |  |  |  |  |  |  |  | [3,4,5] |
| 3 | Исследование внешнеторгового рынка | 1 | 1 |  |  |  |  |  | [5,6] |
| 4 | Выбор и изучение партнеров при выходе на внешнеторговые рынки | 1 | 1 |  |  |  |  |  | [5,6,7] |
| 5 | Разработка внешнеторгового проекта | 1 | 1 | 2 |  |  |  |  | [7,8] |
|  | **Всего часов** | **4** | **4** | **2** |  |  |  |  | **Экзамен** |

ЛИТЕРАТУРА

 Основная

1. Цителадзе, Д. Д. Управление проектами: учебник / Д. Д. Цителадзе. – М. : ИНФРА-М, 2023. – 361 с. – (Высшее образование). – DOI 10.12737/1817091. - ISBN 978-5-16-018658-0. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2038340 (дата обращения: 06.05.2024). – Режим доступа: по подписке.

2. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я / Ньютон Р. - 7-е изд. - М. :Альпина Пабл., 2016. - 180 с.: ISBN 978-5-9614-5379-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/926069 (дата обращения: 06.05.2024). – Режим доступа: по подписке.

3. Литвин, Ю. И. Проектный менеджмент: теория и практика : учебное пособие и практикум для бакалавриата / Ю. И. Литвин, И. Ю. Литвин, Р. Р. Харисова. - Москва : Прометей, 2020. - 238, [1] с.

4. Лысенкова, М. В. Инвестиционное проектирование : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Экономика и управление на предприятии" / М. В. Лысенкова. - Минск : БГЭУ, 2021. - 417, [1] с.

5. Юрова, Н. В. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Мировая экономика" / Н. В. Юрова; Белорусский гос. ун-т. - Минск: БГУ, 2020. - 129, [2] с.

6. Шелег, Н. С. Международная торговля: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / Н. С. Шелег, Ю. И. Енин. - Минск: Вышэйшая школа, 2023. - 552 с.

Дополнительная литература

7. Беликова, И. П. Основы управления проектами : учебное пособие : [16+] / И. П. Беликова, О. Н. Федиско. ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2020. – 112 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614085 (дата обращения: 06.05.2024). – Библиогр.: с. 108-110 – Текст: электронный.

8.Управление проектами: фундаментальный курс: учебник / А. В. Алешин, В. М. Аньшин, К. А. Багратиони [и др.]; под ред. В. М. Аньшина, О. Н. Ильиной. – М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2022. – 800 с. : ил., табл. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699578 (дата обращения: 06.05.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7598-2313-1 (в пер.). – ISBN 978-5-7598-2413-8 (e-book). – DOI 10.17323/978-5-7598-2313-1. – Текст: электронный.

Нормативные правовые акты

О допуске товаров иностранного происхождения и поставщиков, предлагающих такие товары, к участию в процедурах государственных закупок: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 17 марта 2016 г. № 206 (в ред. от 14 октября 2022 г. № 692 // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. – URL: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600206.

О государственных закупках товаров (работ, услуг): Закон Респ. Беларусь от 13 июля 2012 г., № 419-З: с изм. и доп.: текст по состоянию на 03.02.2024 г. // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – URL: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11200419.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В овладении знаниями учебной дисциплины «Риэлтерская деятельность» важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

− первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;

− ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;

− изучение и расширение лекционного материала по учебной дисциплине за счет специальной литературы, консультаций;

− подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;

− подготовка к выполнению диагностических форм контроля (защита реферата, контрольные работы и т.п.);

− подготовка к зачету, экзамену.

**Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности**

Устная форма диагностики:

1. Доклады на семинарских занятиях.

2. Доклады на конференциях.

3. Устные зачеты.

4. Устные экзамены.

5. Оценивание на основе деловой игры.

Письменная форма диагностики:

1. Тесты.

2. Контрольные опросы.

3. Контрольные работы.

4. Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.

5. Отчеты по научно-исследовательской работе.

6. Письменные зачеты.

7. Письменные экзамены.

8. Оценивание на основе рейтинговой системы.

9. Оценивание на основе деловой игры.

**Перечень вопросов для проведения опроса**

Тема 1. Современные концепции управления проектом

1. Происхождение понятий «проект» и «управление проектом».
2. История формирования методологии управления проектом (PMM).
3. Проект как объект управления.
4. Внешнее и внутренне окружение проекта.
5. Основные участники проекта и их влияние на реализацию проекта.
6. Основные типы работы по управлению проектом.
7. Международные стандарты и сертификация в области управления проектами.

Тема 2. Сущность проектирования во внешней торговле

1. Понятие проекта и признаки его классификации.
2. Типы проектов: организационные, экономические, социальные, технические, смешанные.
3. Этапы реализации внешнеторгового проекта: маркетинг; закупки; поставки; производство продукции, работ, услуг; реализация продукции.
4. Участники проекта. Жизненный цикл проекта.
5. Методы управления проектом

Тема 3. Исследование внешнеторгового рынка

1. Среда международного маркетинга и факторы ее определяющие.
2. Изучение показателей рынка и тенденций его развития.
3. Конкурентный анализ. Изучение деятельности зарубежных компаний, ассортимента выпускаемой продукции и цен.
4. Основные этапы методики анализа состояния конкуренции на внешнеторговых рынках
5. Изучение потребителей и поиск деловых партнеров.
6. Поиск потребителей и определение степени их заинтересованности в приобретении продукции заказчика, а также определение спроса на товар/услугу, наиболее значимых факторов, влияющих на выбор.

Тема 4. Выбор и изучение партнеров при выходе на внешнеторговые рынки

1. Выбор контрагентов на зарубежном рынке.
2. Классификация контрагентов по видам хозяйственной деятельности, правовому положению, характеру собственности, принадлежности капитала.
3. Факторы, оказывающие влияние на выбор внешнеторговых партнеров.
4. Оперативно-коммерческая работа по изучению потенциального контрагента.
5. Принципы оценки его платежеспособности и деловой репутации на рынке. Составление информационных карт.
6. Источники информации о потенциальных контрагентах.
7. Этапы выбора внешнеторговых партнеров.

Тема 5. Разработка внешнеторгового проекта

1. Оценка перспектив реализации продуктов и услуг на внешних рынках.
2. Факторы, определяющие решение о выходе на внешний рынок.
3. Анализ внешнего рынка.
4. Определение имеющихся собственных ресурсов для международной экспансии.
5. Определение цели при осуществлении внешнеторгового присутствия на рынке.
6. Определение способа выхода на внешнеторговый рынок.
7. Разработка предложения продукта или услуги на внешнеторговом рынке. Определение стратегии распространения.
8. Определение параметров внешнеторгового проекта. цель (результат); стоимость и бюджет проекта; жизненный цикл проекта.
9. Структура работ на разных стадиях жизненного цикла внешнеторгового проекта
10. Сбор полного пакета документов для реализации внешнеторгового проекта.
11. Алгоритм разработки проекта во внешнеторговой деятельности.
12. Алгоритм реализации проекта во внешнеторговой деятельности.

**Перечень вопросов для подготовки к экзамену.**

1. Происхождение понятий «проект» и «управление проектом».
2. История формирования методологии управления проектом (PMM).
3. Проект как объект управления. Внешнее и внутренне окружение проекта.
4. Основные участники проекта и их влияние на реализацию проекта.
5. Основные типы работы по управлению проектом.
6. Международные стандарты и сертификация в области управления проектами.
7. Понятие проекта и признаки его классификации.
8. Типы проектов: организационные, экономические, социальные, технические, смешанные.
9. Этапы реализации внешнеторгового проекта: маркетинг; закупки; поставки; производство продукции, работ, услуг; реализация продукции.
10. Участники проекта. Жизненный цикл проекта.
11. Методы управления проектом
12. Конкурентный анализ. Изучение деятельности зарубежных компаний, ассортимента выпускаемой продукции и цен.
13. Основные этапы методики анализа состояния конкуренции на внешнеторговых рынках
14. Изучение потребителей и поиск деловых партнеров.
15. Поиск потребителей и определение степени их заинтересованности в приобретении продукции заказчика, а также определение спроса на товар/услугу, наиболее значимых факторов, влияющих на выбор.
16. Оперативно-коммерческая работа по изучению потенциального контрагента.
17. Принципы оценки его платежеспособности и деловой репутации на рынке. Составление информационных карт.
18. Источники информации о потенциальных контрагентах.
19. Этапы выбора внешнеторговых партнеров.
20. Оценка перспектив реализации продуктов и услуг на внешних рынках.
21. Факторы, определяющие решение о выходе на внешний рынок.
22. Определение имеющихся собственных ресурсов для международной экспансии.
23. Определение цели при осуществлении внешнеторгового присутствия на рынке.
24. Определение способа выхода на внешнеторговый рынок.
25. Разработка предложения продукта или услуги на внешнеторговом рынке. Определение стратегии распространения.
26. Определение параметров внешнеторгового проекта.
27. Структура работ на разных стадиях жизненного цикла внешнеторгового проекта.
28. Сбор полного пакета документов для реализации внешнеторгового проекта.
29. Алгоритм разработки проекта во внешнеторговой деятельности.
30. Алгоритм реализации проекта во внешнеторговой деятельности.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название учебной дисциплины, которой требуется согласование | Название кафедры | Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
| Модели и стратегии развития бизнеса | Экономики торговли и услуг |  |  |
|  |  |  |  |

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРО**ГРАММЕ УВО**

на \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ учебный год

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|  |  |  |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_