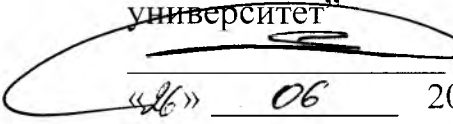


Учреждение образования
“Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор учреждения
образования “Белорусский
государственный экономический
университет”


Е.Ф. Киреева

«16» 06 2023 г.

Регистрационный № УД 5473-23/уч.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДИПЛОМАТИЯ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»
специализации 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке»

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 10-2021 для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», специализации 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке», утвержденного 06.07.2021 г., регистрационный № 21 ДГЗ-082.

СОСТАВИТЕЛИ:

Климченя Л.С., заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

Варвашеня А.А., ассистент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Семенчук А.В., доцент кафедры международного бизнеса и маркетинга учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», кандидат экономических наук, доцент.

Ерчак А.И., декан факультета коммерции и туристической индустрии 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 № 9 от 13.04.2023)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»
(протокол № _____ от _____ 2023 г.)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель преподавания учебной дисциплины: приобретение профессиональных знаний и навыков для решения задач, стоящих перед внешнеторговой политикой страны.

Задачи учебной дисциплины:

- формирование у специалистов теоретических знаний в области применения инструментов коммерческой дипломатии;
- освоение современных подходов к определению места и роли коммерческой дипломатии в обеспечении выгодных условий конкуренции для национальных производителей на мировых рынках;
- формирование у будущих специалистов компетенций, личностных и профессиональных качеств, присущих дипломатам и торговым представителям министерств иностранных дел или торговли; органов по содействию торговле и инвестициям; бизнес-ассоциаций и торговых палат;
- приобретение навыков делового общения, ведения переговоров на международном уровне, решения наиболее распространенных конфликтных ситуаций и споров, возникающих при осуществлении коммерческой дипломатии представителями государств;
- изучение благоприятных условий для участия торговых представителей страны в международных экономических отношениях;
- освоение практических инструментов анализа рынка международной торговли в рамках осуществления коммерческой дипломатии;
- знакомство с регионально-страновыми особенностями практики ведения коммерческой дипломатии;
- формирование умений проведения аналитических и прогнозных оценок условий проникновения на новые рынки, необходимых в профессиональной деятельности.

Учебная дисциплина «Коммерческая дипломатия» относится к числу учебных дисциплин, формирующих профессиональные навыки специалистов, обеспечивающих развитие внешней торговли и привлечение инвестиций на национальный рынок. Изучение данной дисциплины неразрывно связано с такими учебными дисциплинами как «Внешние рынки и товаропроводящие сети», «Внешнеторговая деятельность», «Управление экспортным потенциалом», «Конкуренция и конкурентоспособность организации» и др.

В результате изучения учебной дисциплины «Коммерческая дипломатия» формируется следующая **компетенция**:

СК-8. Анализировать параметры экспортного потенциала и обосновывать варианты наиболее эффективного его использования;

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- содержание, цели и задачи коммерческой дипломатии;
- институциональное и правовое обеспечение осуществления деятельности в области коммерческой дипломатии;

- современные протокольные стандарты проведения приемов, встреч, бесед, переговоров;
- основные инструменты анализа рынка и продвижения товаров национальных производителей на зарубежные рынки;
- современные тенденции в меняющейся среде, затрагивающие вопросы ведения коммерческой дипломатии;

уметь:

- грамотно проводить оценку привлекательности внешних рынков;
- организовывать деятельность посольств, торговых палат и др. с представителями бизнес-сообществ;
- анализировать большой объем информации о местных рынках;
- вести деловые переговоры с учетом особенностей культуры разных стран;
- идентифицировать, анализировать, критически оценивать возникающие конфликтные ситуации в рамках осуществления коммерческой дипломатии и принимать решения для их урегулирования согласно дипломатическому протоколу;
- осуществлять экономически обоснованный выбор инструментов, обеспечивающих развитие внешней торговли между двумя странами;
- применять на практике научные подходы к оценке деятельности экспортеров и импортеров;

владеть:

- приемами обработки данных, необходимых для эффективного осуществления коммерческой дипломатии представителями государств;
- методами выбора инструментов для оценки рынков и продвижения товаров национальных производителей за рубеж;
- навыками этикета международного делового общения;
- навыками планирования деятельности дипломата в соответствии с государственной внешнеторговой политикой и экспортными стратегиями приоритизации рынков.

Общее количество часов по учебной дисциплине - 136, из них для ДФО аудиторных занятий - 68 часов.

Форма получения высшего образования: очная.

Распределение аудиторного времени по видам занятий, курсам и семестрам:

- ДФО, 3 курс, 7 семестр: лекции – 32 часа, практические занятия – 30 часов, лабораторные – 6 часов.

Формы текущей аттестации: экзамен.

Количество зачетных единиц – 3.

Содержание учебного материала

Раздел 1. ВВЕДЕНИЕ В КОММЕРЧЕСКУЮ ДИПЛОМАТИЮ

Тема 1 Коммерческая дипломатия и ее место в коммерческой деятельности

Предмет, цель и структура учебной дисциплины «Коммерческая дипломатия».

Определение понятия «дипломатия». Место дипломатии в системе внешней политики государства. История развития дипломатии как науки. Функции дипломатии. Формы дипломатии. Виды дипломатий: экономическая, коммерческая, бизнес-дипломатия, молодежная дипломатия, публичная дипломатия, культурная, торговая, цифровая.

Дипломатическая служба государства: структура, функции, организация работы. История становления белорусской дипломатической службы. Профессия дипломата. Структура и персонал дипломатических представительств. Дипломатические привилегии и иммунитет. Функции дипломатических представителей. Личностные и профессиональные качества работника дипломатической службы.

Сущность, цели, задачи, объекты, субъекты, принципы коммерческой дипломатии. Место и роль коммерческой дипломатии на современном этапе развития страны. Взаимосвязь мировой торговли и коммерческой дипломатии. История становления коммерческой дипломатии. Функции коммерческой дипломатии. Специфические черты коммерческой дипломатии. Виды деятельности коммерческой дипломатии: продвижение, имиджевое обеспечение, консультационная деятельность, организация встреч.

Торговый представитель: должностные обязанности профессионального дипломата. Работа торгового представителя с посольством. Взаимодействие торгового представителя с бизнес-экосистемами. Взаимодействие предприятий и посольств в рамках коммерческой дипломатии.

Тема 2 Организация работы представительств за рубежом

Понятие и виды государственных органов внешних сношений. Министерство иностранных дел Республики Беларусь: структура, задачи, функции. Территориальные и функциональные дипломатические отделы. Работа Службы государственного протокола Министерства иностранных дел Республики Беларусь. Административно-хозяйственные подразделения министерства.

Консульства. Посольства. Миссии. Отличие консульства от посольства, миссии. Виды консульских учреждений: генеральное консульство, консульство, вице-консульство, консульское агентство. Задачи, решаемые консульством. Услуги, предоставляемые консульством. Роль Посольства в дипломатических отношениях государств. Принципы, цели и задачи Республики Беларусь на международной арене. Посольства и консульства Республики Бе-

ларусь. Посольства и консульства, расположенные на территории Республики Беларусь. Миссии и их функции. Миссии и их роль для установления партнерских отношений между странами.

Раздел 2 ЭТИКЕТ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ

Тема 3 Теоретические основы внешнеторговых переговоров

Понятие международных торговых переговоров. Отличительные черты переговоров. Функции международных торговых переговоров. Классификация международных торговых переговоров. Роль глав дипломатических представительств в осуществлении торговых переговоров. Виды и формы дипломатических переговоров. Участники переговоров.

Специфика ведения международных торговых переговоров. Типы торговых переговоров: многосторонние и двусторонние. Общение на переговорах. Невербальные средства общения: общая характеристика, типы и его особенности в различных странах. Личностный и национальный стили ведения переговоров. Типичные ошибки при проведении международных торговых переговоров.

Тема 4 Международные торговые споры и их разрешение

Понятие конфликта и споров в процессе ведения международных торговых переговоров. Виды жалоб и типы споров.

Принципы управления конфликтами в процессе переговоров. Организации рассмотрения международных торговых споров. Этапы урегулирования внешнеторговых споров. Органы, обеспечивающие разрешение международных торговых споров. Разрешение международных торговых споров международным коммерческим арбитражем.

Тема 5 Дипломатический протокол и этикет

Понятие дипломатического протокола: сущность и значение. История зарождения и развития дипломатического этикета и протокола. Принципы современного делового этикета. Организация подготовки и проведения дипломатического приема. Принципы рассадки на приеме. Сервировка стола. Застольный этикет: правила пользования приборами, напитки в деловой среде, порядок обслуживания. Учет национальных особенностей и традиций. Протокольное старшинство и рассадка. Использование символов государственной власти на дипломатических приемах.

Этикет внешнего вида дипломата. Дресс-код (одежда, обувь, аксессуары, мужской и женский бизнес-стиль).

Подарки в деловой среде: личные и корпоративные. Ограничения и запреты. Протокольное использование цветов.

Официальные развлечения как средство эффективных коммуникации в деловой среде. Правила поведения в различных общественных местах.

Деловая переписка. Этикет телефонных переговоров. Цифровой этикет.

Раздел 3 ИНСТРУМЕНТЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ

Тема 6 Инструменты продвижения товаров на зарубежные рынки

Критерии отбора приоритетных рынков. Инструменты коммерческой дипломатии выхода на новые рынки. Аналитика рынка. Подготовка обзоров рынка. Инструменты анализа рынка Международного торгового центра (ИТС): торговая карта, карта доступа к рынку, инвестиционная карта, карта стандартов. Каналы выхода на рынок. Информация о местном рынке. Сегментация рынков. Местное законодательство стран. Тарифы, нетарифные меры и добровольные стандарты. Поставщики информации, область обслуживания (Государственные и институциональные, Международные и региональные учреждения, коммерческие издательства, логистические операторы, банки, торговые организации). Партнеры из принимающей страны. Отчеты о рынках. Структура краткого описания рынка.

Содействие экспорту услуг. Режимы осуществления коммерческих сделок на рынке услуг: трансграничная поставка, потребление услуги за границей, коммерческое присутствие, присутствие физических лиц. Типы институтов поддержки экспорта в Республике Беларусь: специализированные институты в области экспортного кредитования, лизинга, страхования экспортных рисков – ОАО «Банк развития Республики Беларусь», ОАО «Промгролизинг», БРУПЭИС «Белэксимгарант», ИРУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен», Белорусская торгово-промышленная палата и ОАО «Агентство внешнеэкономической деятельности», Министерство иностранных дел Республики Беларусь и загранучреждения Республики Беларусь.

Организация внутреннего инвестирования. Место и роль внутреннего инвестирования в коммерческой дипломатии. Идентификация инвесторов. Источники инвестиционных стратегий на рынке. Поиск инвесторов. Инвестиционные семинары, роуд-шоу, питч-конкурсы, бизнес-мэтчинг. Питчинг для инвестиций Организация визитов инвесторов. Помощь существующим инвесторам. Инвестиции в продвижение компетенций (набор навыков).

Защита интересов торговли. Лоббирование.

Тема 7 Международные торговые миссии, ярмарки, выставки, тендеры, семинары и вебинары как форма дипломатической практики

Понятие торговой миссии. Место и роль торговой миссии в коммерческой дипломатии. Торговые миссии высокого уровня. Деловые торговые миссии. Организация торговой миссии: планирование, программа.

Выставка и ярмарка, их общие и отличительные черты. Место и роль выставок в коммерческой дипломатии. Классификация выставок по признакам: место проведения, частота проведения, направление деятельности, по виду предложения и спроса товаров и услуг. Специализированные международные организации и их координирующая роль в развитии выставок. Цели и

задачи выставки. Подготовка торгового представителя к организации выставки. Определение участия коммерческих дипломатов в выставке. Организация национальных стендов для торговых ярмарок или выставок.

Понятие тендера. Источник финансирования тендера. Информацию для участников закупок. Подготовка торгового представителя к организации проведения тендера. Помощь торговых представителей в организации и участии в тендерах.

Понятие семинара. Понятие вебинара. Понятие веб-вебинара. Особенности организации и проведения семинаров и (веб)вебинаров в рамках коммерческой дипломатии.

Тема 8 Национальный брендинг

Понятие национального бренда. Этапы разработки и развития национального бренда. Факторы восприятия национального бренда. Понятие национального брендинга. Место и роль проецирования национального имиджа страны на зарубежных рынках. Роль коммерческих организаций в продвижении национального бренда страны. Инструменты для продвижения национального бренда (СМИ, социальные медиа, веб сайт, рекламные кампании, Национальные дни со специальными мероприятиями, участие в культурных фестивалях или мероприятиях, Программы обмена студентов, участие в отраслевой стратегии развития страны и др.), их преимущества и недостатки для продвижения национального бренда.

Тема 9 Практика осуществления коммерческой дипломатии отдельных стран

Коммерческая дипломатия развитых стран. Американская коммерческая дипломатия. Продвижении своих интересов на зарубежные рынки стран ЕС. Коммерческая дипломатия Великобритании, Франции, Германии).

Коммерческая дипломатия развивающихся стран (Российской Федерации, Армении и др.).

Коммерческая дипломатия азиатского региона (Китайской Народной Республики, Индии и др.).

Коммерческая дипломатия Республики Беларусь.

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Коммерческая дипломатия»
для дневной формы получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Л	ПЗ	Лаб		
I.	Введение в коммерческую дипломатию									
1	Коммерческая дипломатия и ее место в коммерческой деятельности	6	6						[14,18,21]	Блиц-опрос
2	Организация работы представительств за рубежом	2	2						[2,3,4,8,12,13,15]	Контрольная работа
II	Этикет в коммерческой дипломатии									
3	Теоретические основы внешнеторговых переговоров	4	4						[6,17]	Работа в малых группах
4	Международные торговые споры и их разрешение	2	2						[7,9,17]	Анализ конкретных ситуаций
5	Дипломатический протокол и этикет	4	4						[2,6]	Контрольная работа
III	Инструменты коммерческой дипломатии									
6	Инструменты продвижения товаров на зарубежные рынки	6	2		4				[6,19,22]	Анализ конкретных ситуаций
7	Международные торговые миссии, ярмарки, выставки, тендеры, семинары и вебинары как форма дипломатической практики	4	4		2				[6,8,12,15,19]	Опрос
8	Национальный брендинг	2	4						[1,6,19,22]	Контрольная работа
9	Практика осуществления коммерческой дипломатии отдельных стран	2	2						[2,3,4,5,10,11,14,16,20]	Контрольная работа
	Всего часов	32	30		6					Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Коммерческая дипломатия»

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

Аудиторная работа со студентами предусматривает чтение лекций и проведение практических и семинарских занятий. Контроль знаний студентов осуществляется путем опросов на семинарских занятиях, проведения промежуточных контрольных работ, сдачи экзамена.

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 преподавателя 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 и выполнение индивидуальных заданий, защита их;
- подготовка к экзамену.

Нормативные и законодательные акты

1. Закон Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» от 15 февраля 1993 г. № 2181-ХП // (изменения и дополнения от 9 января 2023 г. № 243-3) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.01.2023, 2/2963)

2. Указ Президента Республики Беларусь «О некоторых вопросах дипломатической службы Республики Беларусь» от 15 мая 2008 г. № 276 // (изменения и дополнения от 28 июля 2014 г. № 380) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 31.07.2014, 1/15211)

3. Указ Президента Республики Беларусь «Об утверждении Положения о дипломатических представительствах и консульских учреждениях Республики Беларусь» от 9 июля 1996 г. № 247 // (изменения и дополнения от

15 мая 2008 г. № 276) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, № 120, 1/9707

4. Постановление Министерства иностранных дел Республики Беларусь «Об утверждении Положения о почетном консуле Республики Беларусь» от 19 сентября 2014 г. № 4 // (Национальный правовой Интернет-портал

5. Постановление Министерства иностранных дел Республики Беларусь «Вопросы Министерства иностранных дел Республики Беларусь» от 31 июля 2006 г. № 978 // (изменения и дополнения от 3 ноября 2022 г. № 746) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 05.11.2022, 5/50910)

6. Закон Республики Беларусь «О государственных символах Республики Беларусь» от 5 июля 2004 г. № 301-3 // (изменения и дополнения от 7 февраля 202 г. № 248-3) // (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 09.02.2023, 2/2968

7. Постановление Президиума Высшего хозяйственного суда Республики Беларусь «Об утверждении методических рекомендаций о рассмотрении хозяйственных (экономических) споров и иных дел с участием иностранных лиц» от 18 октября 2006 г. № 90 // (изменения и дополнения от 8 февраля 2007 г. № 13.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

8. Сушко, В. И. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / В. И. Сушко. - Минск : Вышэйшая школа, 2022. - 495, [1] с.

9. Зыбайло, А. И. Право международных договоров : учебное пособие / А. И. Зыбайло. - Минск : ИВЦ Минфина, 2020. - 143 с. *(есть в фонде)*

10. Мировая экономика : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Мировая экономика" / [А. А. Праневич и др.] ; под общ. ред. А.А. Праневич. - Минск : БГЭУ, 2020. - 430, [1] с.

11. Мировая экономика и международные экономические отношения : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по неэкономическим специальностям / [Н. В. Юрова и др. ; под редакцией Н. В. Юровой] ; Белорусский государственный университет. - Минск : БГУ, 2021. - 282, [1] с.

12. 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.

Дополнительная:

13. Самойленко, В. В. Дипломатическая служба : учебное пособие / В. В. Самойленко. - Москва : Норма : Инфра-М, 2011. - 319 с.
14. Райнхардт, Р. О. Экономическая дипломатия ведущих европейских стран : монография / Р. О. Райнхардт ; под ред. Т.В. Зоной ; ФГАОУ ВО "Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел Рос. Федерации", Каф. дипломатии. - Москва : МГИМО-Университет, 2016. - 258, [1] с.
15. Чурсин, А. А. Внешнеэкономическая деятельность организации : учебник / А.А. Чурсин, С.Ю. Муртузалиева. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 332 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013219-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1907033> (дата обращения: 02.02.2023). – Режим доступа: по подписке.
16. Проблемы обеспечения безопасности на пространстве ШОС : монография / отв. ред.: С.Г. Лузянин. - М.: Весь Мир, 2017. - 168 с. ISBN 978-5-7777-0638-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1013795> (дата обращения: 02.02.2023). – Режим доступа: по подписке.
17. Смирнова, О. А. Коммерческая дипломатия в процедурах международных торговых переговоров и споров : учеб. пособие/ О. А. Смирнова, Т. Н. Беляева; Иван. гос.хим.-технол.ун-т. – Иваново, 2017. – 86 с. – Текст : электронный. - URL: <https://mkl.isuct.ru/e-lib/sites/default/files/uiemm15012018.pdf> (дата обращения: 02.02.2023).
18. Архипова, А. А. Экономическая дипломатия в рамках ВТО / А. А. Архипова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – № 1-1. – С. 195-204. – DOI 10.24411/2500-1000-2018-10456. – EDN VUANJM.
19. Hruschynska, N. Instruments of state regulation of foreign activities: anti-crisis policy of economic diplomacy / N. Hruschynska, Yu. Prisyazhniuk // Проблемы и перспективы экономики и управления. – 2017. – No 4(12). – P. 63-68. – EDN YTCDDP.
20. Манасерян, Т. Н. Новый мировой экономический порядок: вопросы региональной безопасности и экономической дипломатии / Т. Н. Манасерян // Регион и мир. – 2020. – Т. 11. – № 6. – С. 105-112. – EDN KTFDWN.
21. Есин, Р. О. Экономическая дипломатия как инструмент реализации национальных интересов государства / Р. О. Есин, В. О. Серебряков // Вестник Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Серия 1. История и археология. Философия. Политология. – 2022. – Т. 14. – № 1. – С. 141-148. – EDN VFARUE.
22. Храмцова, Ф. И. Диверсификация экономики как стратегия экономической дипломатии Республики Беларусь / Ф. И. Храмцова, В. О. Серебряков // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – № 9-2(60). – С. 79-83. – DOI 10.24412/2500-1000-2021-9-2-79-83. – EDN KYJXBE.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с 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)
Бизнес-планирование	Экономики торговли и услуг	нет	Учебную программу по учебной дисциплине «Коммерческая дипломатия» рекомендовать к утверждению (протокол № 9 от 13.04.2023)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 202 /202 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости
(протокол № _____ от _____)

Заведующий кафедрой

Л.С.Климченя

УТВЕРЖДАЮ
Декан ФКТИ

А.И.Ерчак