

Учреждение образования  
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор учреждения образования  
«Белорусский государственный  
экономический университет»  
\_\_\_\_\_ В.Ю. Шутилин  
« \_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.  
Регистрационный № \_\_\_\_\_ /уч.

## **УПРАВЛЕНИЕ ЭКСПОРТНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине  
для специальности  
1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность»

Учебная программа составлена на основе учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность», утвержденного регистрационный №

### **СОСТАВИТЕЛИ:**

*И.В. Урши*, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

*Ю.А. Шаврук*, заместитель декана факультета коммерции и туристической индустрии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

*С.В. Стасюкевич*, ассистент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

### **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Бертош Е.В.*, заведующий кафедрой бизнес-администрирования Белорусского национального технического университета, кандидат экономических наук, доцент;

*Латина С.Н.*, заместитель декана 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 13.05.2021 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_).

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Управление экспортным потенциалом» составлена для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по специальности «Коммерческая деятельность».

Цель учебной дисциплины «Управление экспортным потенциалом» — формирование знаний, умений и профессиональных навыков в области ориентации на создание экспортно-ориентированных производств, применения действенных стратегий сбыта произведенной продукции и управления экспортным потенциалом на макро-мезо-и микроуровнях.

Задачами изучения учебной дисциплины являются:

- изучение понятийного аппарата категории «экспортный потенциал»;
- исследование влияния основных параметров развития мировой экономики на экспортный потенциал отдельных стран;
- оценка экспортного потенциала Республики Беларусь;
- формирование у студентов навыков информационного обеспечения сделок, расчета мировых цен и возможностей урегулирования транспортных поставок, расчетов и платежей;
- выявление ключевых параметров роста экспортного потенциала в современной мировой экономике и в Республики Беларусь.

Преподавание учебной дисциплины «Управление экспортным потенциалом» строится на изложении теоретических и методологических основ экспортного потенциала (ресурсного, технологического, человеческого, финансового, институционального и др.). Раскрываются особенности мирового рынка и рыночной конъюнктуры в системе управления экспортным потенциалом; характер конкуренции и рыночных действий конкурентов на внешних рынках; стратегии проникновения на зарубежные рынки; системы сбыта в экспортной деятельности, а также организационные аспекты осуществления международной рекламной деятельности по продвижению товаров на внешние рынки. Особое внимание уделяется особенностям развития экспортного потенциала Республики Беларусь в условиях экономического сотрудничества с мировым сообществом.

Подготовка специалистов в рамках изучения учебной дисциплины должна обеспечить формирование следующих групп компетенций:

**академических**, включающих:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.
- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических

устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

- АК-8. Владеть навыками устной и письменной коммуникации.
- АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

**социально-личностных, включающих:**

- СЛК-1. Владеть качествами гражданственности.
- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.
- СЛК-3. Владеть способностью к межличностным коммуникациям.
- СЛК-4. Владеть навыками здоровьесбережения.
- СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.
- СЛК-6. Уметь работать в команде.

**профессиональных, включающих:**

ПК- 1. Работать с юридической литературой и трудовым законодательством.

ПК- 2. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.

ПК- 3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

ПК- 4. Анализировать и оценивать собранные данные.

ПК- 5. Владеть современными средствами телекоммуникаций.

ПК- 6. Готовить доклады, материалы к презентациям.

ПК- 7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.

ПК-8. Анализировать внутренний рынок и закономерности его развития.

Исследовать рыночную конъюнктуру, проводить конкурентный анализ.

ПК-9. Исследовать и оценивать потребительские предпочтения, уметь их формировать с помощью маркетинговых коммуникаций.

ПК-10. Управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.

ПК-11. Устанавливать деловые связи с поставщиками, разрабатывать и заключать контракты на поставку товара.

ПК-12. Управлять товарными, информационными и финансовыми потоками при организации процессов товарного обращения.

ПК-13. Создавать систему управления затратами с целью их оптимизации.

ПК-14. Принимать обоснованные управленческие решения, как стратегические, так и оперативные.

ПК-15. Количественно и качественно оценивать риски.

ПК-16. Оценивать перспективность бизнеса, его конкурентоспособность, эффективность.

ПК-17. Обосновывать решения о выходе на внешние рынки и разрабатывать стратегии эффективного проникновения.

ПК-18. Организовывать деятельность торговых организаций и коммерческих служб промышленных предприятий.

ПК-19. Осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию,

определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери.

ПК-20. Формировать эффективную ценовую политику.

ПК-21. Участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях.

ПК-22. Иметь навыки разработки проектов в рамках профессиональной деятельности (торгово-технологических, и/или маркетинговых, и/или рекламных, и/или логистических процессов) с использованием информационных технологий и участвовать в них.

ПК-23. Анализировать хозяйственную деятельность организаций.

ПК-24. Принимать участие в исследованиях, связанных с совершенствованием коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг.

ПК-25. Изучать и анализировать тенденции развития потребительского рынка.

ПК-26. Использовать экономические законы и закономерности в управлении коммерческой деятельностью.

ПК-27. Проводить исследования в области совершенствования методологии продвижения и реализации продукции и товаров.

ПК-28. Разрабатывать отдельные компоненты стратегии и тактики осуществления коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг.

ПК-29. Использовать комплексный подход при решении проблем коммерческой деятельности промышленных предприятий и организаций сферы торговли и услуг.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны

**знать:**

- сущность, содержание и основные элементы экспортного потенциала (ресурсный, технологический, человеческий, финансовый, институциональный и др.)

- мировой рынок и рыночную конъюнктуру в системе управления экспортным потенциалом;

- характер конкуренции и рыночные действия конкурентов на внешних рынках;

- стратегии проникновения на зарубежные рынки;

- системы сбыта в экспортной деятельности;

- организационные аспекты осуществления международной рекламной деятельности по продвижению товаров на внешние рынки;

- особенности развития и условиях наращивания экспортного потенциала Республики Беларусь.

**уметь:**

- находить необходимую информацию относительно мирового рынка и складывающейся рыночной конъюнктуры в системе управления экспортным потенциалом;

- определять направления совершенствования экспортно-

ориентированного производства (предприятия, отрасли, страны) с учетом мирового спроса;

- разрабатывать стратегии проникновения на внешний рынок с учетом его национальных особенностей;

- выявлять стратегические подходы к управлению экспортным потенциалом Республики Беларусь на внешнем рынке.

**владеть:**

- навыками оценки экспортного потенциала на микро-мезо и макро-уровнях;

- системным подходом к определению степени влияния отдельных факторов на развитие экспортного потенциала.

Место учебной дисциплины в учебном процессе: Курс построен с учетом достижений науки, прогрессивных технологий осуществления внешнеторговой деятельности на микро-и макроуровнях.

Аудиторная работа со студентами предполагает чтение лекций, проведение семинарских занятий.

В соответствии с учебным планом дневной формы получения высшего образования по специальности 1 - 25 01 10 «Коммерческая деятельность» учебная программа рассчитана на 176 часов, из них всего часов аудиторных – 72, в том числе 36 часов – лекции, 36 часов – семинарские занятия.

Формы текущей аттестации – экзамен.

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

### **Тема 1. ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В СИСТЕМЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Сущность категории «экспортный потенциал» и факторы его определяющие: внешние и внутренние. Понятие экспортного потенциала организации, отрасли, региона, страны.

Основные стадии экспортного потенциала: формирование, развитие, управление. Оценки эффективности использования экспортного потенциала.

### **Тема 2. ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ**

Мировой рынок и рыночная конъюнктура в системе международных исследований. Классификация мировых товарных рынков. Рыночная конъюнктура.

Основные объекты исследований мирового рынка. Изучение требований мирового или зарубежного рынка к товару. Комплексное исследование зарубежного рынка. Уровень мировых цен и тенденции их изменения.

Конкуренция: сущность и классификация. Степень и характер рыночной конкуренции. Демпинг. Сравнительный анализ конкурентных позиций фирм на внешних рынках. Особенности покупательских предпочтений и психология покупательского поведения на зарубежных рынках. Международная конкурентоспособность товара.

Сущность и формы проведения исследований мирового товарного рынка. Первичное (полевое) исследование. Вторичные исследования. Преимущества и недостатки методов исследования.

Прогнозирование мирового рынка.

Бенчмаркинг как метод международных исследований. Структура бенчмаркинга: отраслевой анализ, анализ конкуренции и конкурентов, разработка стратегии развития. Этапы процесса бенчмаркинга. (Benchmarking as a method of international research. The structure of the benchmarking: industry analysis, analysis of competition and competitors, the development strategy. Stages of the benchmarking process).

### **Тема 3. МЕЖДУНАРОДНАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ И СТРАТЕГИИ ПРОНИКНОВЕНИЯ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ**

Понятие и виды международной сегментации. Предварительная сегментация. Окончательная сегментация. Сегментация по региональному признаку. Макросегментация. Микросегментация. Критерии сегментации. Дифференциация товара. Позиционирование товара.

Особенности разработки и элементы маркетингового комплекса предприятия при работе на внешних рынках.

Основные стратегии поиска и выбора целевых рынков за рубежом.  
Стратегии проникновения на внешние рынки.  
Стратегии позитивного сохранения зарубежных рынков.  
Стратегия ухода с зарубежного рынка и дивестиции.

#### **Тема 4. ОСОБЕННОСТИ ТОВАРНОЙ, ЦЕНОВОЙ И СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ В УПРАВЛЕНИИ ЭКСПОРТНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ**

Жизненный цикл товара и его особенности на зарубежных рынках.

Международные товарные стратегии. Стратегия простого расширения. Стратегия адаптации продукции. Стратегия «обратного» изобретения или новых изобретений. Стратегия прекращения производства товаров.

Стратегии дифференциации, диверсификации, вертикальной интеграции и узкой специализации и оптимизация товарного ассортимента.

Стратегии ценообразования в экспортной деятельности предприятия.

Стратегии международного сбыта. Стратегии международной адаптации. Международные стратегии интенсивного, селективного и эксклюзивного сбыта. Стратегии рыночного охвата.

Основные элементы планирования экспортной продукции с учетом товарной, ценовой и сбытовой политики.

#### **Тема 5. МЕЖДУНАРОДНАЯ РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТОВАРА НА РЫНКИ СБЫТА**

Сущность и основные участники международной рекламной деятельности. Рекламодатели. Рекламные агентства. Средства информации. Аудитория. Посредники. Основные виды организационных структур международной рекламной деятельности. (The essence and main participants of the international promotional activities. Advertisers. Advertising agencies. Mass media. Audience. Intermediaries. The main types of organizational structures of international promotional activities).

Государственное регулирование рекламы в мировой практике отдельных стран. Международный кодекс рекламной деятельности.

Специфические трудности в международной рекламе. Адаптация международной рекламы к местным национальным условиям.

Методы pull и push («тяги-толкай») в международной рекламной деятельности.

Реклама Республики Беларусь на внешнем рынке.

#### **Тема 6. ЭКСПОРТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Экспортные отрасли и экспортные товарные группы Республики Беларусь. Экспортная динамика по товарам сырьевого, инвестиционного и потребительского рынка.



Факторы, способствующие и сдерживающие развитие экспортного потенциала.

Диверсификация внешней торговли и условия доступа на зарубежные рынки.

Государственная поддержка развития экспортного потенциала.

Стратегия развития экспортного потенциала Республики Беларусь.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА

**учебной дисциплины «Управление экспортным потенциалом» для дневной формы получения высшего образования**

Номер раздела,	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Л	Пз			Лаб
1	Экспортный потенциал в системе национальной экономики Республики Беларусь	4		4				[1,2,5,8]	Семинар, проверка знаний законов и др. нормативных документов по системе «малых групп».	
2	Исследование мирового рынка в системе управления экспортным потенциалом.	6		6			2	[2,4,6,7]	<b>Контрольная работа №1 по темам 1-2</b>	
3	Международная сегментация и стратегии проникновения на зарубежные рынки.	6		6			2	[1,3,5,8]	Семинар по методу «малых групп»	
4	Особенности товарной, ценовой и сбытовой политики в управлении экспортным потенциалом	6		4			2	[2,3,6,7]	<b>Контрольная работа №2 по темам 3-4</b>	
5	Международная рекламная деятельность по продвижению товара на рынки сбыта.	6		6		2	2	[3,5,7,8]	Коллоквиум Решение практических задач	
6	Экспортный потенциал Республики Беларусь.			2		6		[1,2,5,8]	Заслушивание и обсуждение отчетов по индивидуальным заданиям <b>Контрольная работа №3 по темам 5-6</b>	
<b>ИТОГО:</b>		<b>28</b>		<b>28</b>		<b>8</b>	<b>8</b>		<b>Экзамен</b>	

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Методические рекомендации по организации самостоятельной работы по учебной дисциплине «Управление экспортным потенциалом»

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

Основными направлениями самостоятельной работы 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 семинарским занятиям и практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (решение задач и ситуаций, индивидуальные задания и т.п.);
- подготовка к экзамену.

### Нормативные и законодательные акты

1. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Респ. Беларусь от 25 ноября 2004 г. № 347-3. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by/view-ocument/BELAW/53837/%20О20государственном%20регуливировании%20внешнеторговой%20деятельности:%20Закон%20Респ.%20Беларусь%20от%2025%20ноября%202004%20г.%20№%20347-3%20?searchKey=9arl&searchPosition=4#M100011>. – Дата доступа: 10.05.2021.

2. О поддержке экспорта: Указ Президента Респ. Беларусь от 14 ноября 2019 г. № 412. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by/view-document/BELAW/187536/экспорт?searchKey=q9v2&searchPosition=1#M100017>. – Дата доступа: 10.05.2021.

3. О порядке проведения и контроля внешнеторговых операций: Указ Президента Респ. Беларусь 27 марта 2008 г. № 178 (в ред. от 01.06.2020 № 182. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by/view-document/BELAW/191788/Указ%20178?searchKey=eypx&searchPosition=1#M100001>. – Дата доступа: 10.05.2021.

4. Об экспортном контроле: Закон Респ. Беларусь от 11 мая 2016 г. № 363-3. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by/view-document/BELAW/147570/%20.%20Об%20экспортном%20контроле:%20Закон%20Респ.%20Беларусь%20от%2011%20мая%202016%20г.%20№%20363->

3?searchKey=vlom&searchPosition=2#M0\_hl\_3. – Дата доступа: 10.05.2021.

5. О проведении внешнеторговых операций: Постановление Правления Нац. банка Респ. Беларусь от 9 июля 2009 г. № 101 (в ред. от 30.05.2019 № 234. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by/view-document/BELAW/183825/Постановление%20Правления%20Нац.%20банка%20Респ.%20Беларусь%20от%209%20июля%202009%20г.%20№%20101%20?searchKey=9k6a&searchPosition=2#M100001>. – Дата доступа: 10.05.2021.

## ЛИТЕРАТУРА

### Основная:

1. Баранова, А. Ю. Мировая экономика и финансовые отношения в условиях глобализации: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр») / А. Ю. Баранова. - М.: ИНФРА-М, 2020. - 103с.

2. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес: учебное пособие / Н. К. Моисеева. – М.: КУРС: ИНФРА-М, 2019. – 270 с.

3. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент», «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр») / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. - 4-е изд., стер. – М.: Дашков и К, 2020. - 180 с.

4. Пигунова, О. В. Стратегия организации торговли : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Коммерческая деятельность" / О. В. Пигунова, О. Г. Бондаренко. - Минск: Вышэйшая школа, 2017. – 173 с.

5. Рутко, Д. Ф. Международный маркетинг / Д. Ф. Рутко ; Академия упр. при Президенте Респ. Беларусь. - Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2018. - 88 с.

6. Шевченко, Б. И. Международный бизнес: учебник для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / Б. И. Шевченко ; Российский гос. гуманитар. ун-т. – М.: КНОРУС, 2019. - 566 с.

### Дополнительная:

1. Белорусский путь развития (вопросы и ответы): справочник / М.Г. Жилинский [и др.]. –Минск: Академия управления при Президенте Респ. Беларусь, 2017. – 184 с.

2. Бойкова, И. П. Развитие внешнеторговых отношений Республики Беларусь на основе оценки экспортного и трудового потенциалов: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством / И. П. Бойкова; УО «Белорусский гос.экон.ун-т». – Минск, 2017. –24 с.

3. Гоцкий, Г. Г. Актуализация оценки потенциала рынков стран-участниц ЕЭП в контексте текущего состояния экономики / Г. Г. Гоцкий, И. В. Уриш // Организационно-правовые аспекты инновационного развития агробизнеса: сб. науч. труд. / Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Западнопоморский технологический университет в Щетине; ред. кол.: А.С. Чечеткин (гл. ред.) и [др.]. — Горки-Щетин, 2017. — С.332-336.

4. Ирина Уриш, Андрей Бурма Экспортный потенциал предприятия по производству мяса птицы на промышленной основе: оценка состояния и условия развития // Организационно-правовые аспекты инновационного развития агробизнеса: международный сб. науч. труд. / Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Западнопоморский технологический университет в Щетине; ред. кол.: А. С. Чечеткин (гл. ред.) и [др.]. — Горки-Щетин, 2020. — С.53-58.

5. Косьмин, А. Д. Проблемы повышения экспортного потенциала стран Евразийского экономического союза как важнейшего приоритета их социально-экономического развития=Problems of improving the export potential of the countries of the Eurasian Economic Union as the most important priority of their socioeconomic development / А. Д. Косьмин, Е. А. Косьмина, Н. В. Черноножкина. – М.: Креативная экономика, 2019. – 228 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599520> (дата обращения: 21.05.2021). – Библиогр.: с. 191 - 204. – ISBN 978-5-91292-265-7. – DOI 10.18334/9785912922657. – Текст: электронный.

6. Моисеева, Н.К. Международный маркетинг и бизнес: учеб. пособие / Н.К. Моисеева. – М.: КУРС: ИНФРА-М, 2019. – 270 с.

7. Рутко, Д.Ф. Международный маркетинг / Д.Ф. Рутко. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2018. – 88 с.

8. Уриш, И.В. Состояние и направления развития внешней торговли Республики Беларусь / И.В. Уриш, С.В. Стасюкевич // Организационно-правовые аспекты инновационного развития агробизнеса: сб. науч. труд. / Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Западнопоморский технологический университет в Щетине; ред. кол.: А.С. Чечеткин (гл. ред.) и [др.]. — Горки-Щетин, 2017. — С.291-297.

9. Уриш, И.В. Оценка состояния и изменение направлений развития внешней торговли товарами Республики Беларусь / И.В. Уриш, С.В. Стасюкевич, О.Ю. Остальцева // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. — Минск: БГЭУ, 2019. — Вып.12. — С.423-430.

10. Уриш, И.В. Направления и инструменты активизации экспорта продукции машиностроения ОАО «МАЗ» / И.В. Уриш, Ю.А. Шаврук, // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. — Минск: БГЭУ, 2020. — Вып.13. — С.499-504.

11. Шаврук, Ю.А. Современное состояние и перспективы развития торгового сотрудничества Республики Беларусь и Китайской народной республики / Ю.А. Шаврук, И.В. Уриш // Научные труды Белорусского

государственного экономического университета. — Минск: БГЭУ, 2019. — Вып.12. — С.476-483.

12. Шаврук, Ю.А. Development of the digital economy of the Republic of Belarus in the conditions of Eurasian integration / Ю.А. Шаврук, И.В. Уриш // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. — Минск: БГЭУ, 2020. — Вып.13. — С.531-536.

13. Шаврук, Ю. А. Управление экспортным потенциалом [Электронный ресурс]: электронный учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-25 01 10 "Коммерческая деятельность" / Ю. А. Шаврук, И. В. Уриш. — Минск: БГЭУ, 2016. — Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/9508>. — Дата доступа: 19.05.2021.

14. Шевченко, Б.И. Международный бизнес: учебник для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Экономист» / Б.И. Шевченко. — М.: КНОРУС, 2019. — 566 с.

15. Турбан, Г. В. Всемирная торговая организация в интересах предприятий : пособие / Г. В. Турбан. - Минск : Альтиора Форте, 2018. - 99 с.

16. Чудновский, А. Д. Международные коммерческие операции: учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент" (квалификация (степень) "бакалавр") / А. Д. Чудновский, Ю. Л. Васянин, В. А. Жуков. - Москва : КНОРУС, 2016. - 133 с.

## 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)
Конкурентоспособность организации	Экономики торговли и услуг	Нет	Протокол № 9 от 13.05. 2021г.

## ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ 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

\_\_\_\_\_