

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«Минский государственный лингвистический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе учреждения
образования «Минский государственный
лингвистический университет»


_____ Е.П.Бетеня

« 31 » мая _____ 2023 г.

Регистрационный № УД-4060187Туч

УПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по модулю для специальности

1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных
коммуникаций (по направлениям)»;

направления специальности

1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных
коммуникаций (внешнеэкономические связи)»

2023г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования I степени по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)», утвержденного и введенного в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 25.04.2022 г. №92 и учебного плана по направлению специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)».

СОСТАВИТЕЛИ:

И. С. Благуш, доцент кафедры экономических наук учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат экономических наук, доцент

А. Н. Русак, доцент кафедры экономических наук учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат экономических наук

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономических наук учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 10 от 21.04.2023г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет» (протокол № 9 от 31.05.2023).

I. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Модуль «Управление деятельностью организации» состоит из двух учебных дисциплин «Менеджмент» и «Маркетинг», является составной частью профессиональной подготовки специалистов по межкультурным коммуникациям, переводчиков-референтов в области внешнеэкономических связей.

Цель изучения учебных дисциплин модуля «Управление деятельностью организации» – формирование способности и готовности применять методы менеджмента для принятия решений, технологии управления человеческими ресурсами, осуществлять внешние связи в новом культурном контексте; применять современные маркетинговые технологии в сфере внешнеэкономической деятельности организации, методы маркетинговой коммуникации.

формирование умений использования современных маркетинговых технологий в сфере внешнеэкономической деятельности организации.

Основными задачами изучения учебных дисциплин являются:

- освоение категориального аппарата и принципов теоретического менеджмента, овладение категориальным аппаратом и методологией маркетинга;

- ознакомление с содержанием управленческой деятельности, спецификой организационных структур управления, технологией принятия и реализации управленческих решений;

- ознакомление с основными элементами комплекса маркетинга и системой маркетинговых коммуникаций, методологией и методами маркетинговых исследований;

- формирование навыков применения методов менеджмента для принятия решений и технологий управления человеческими ресурсами с учетом внешнеэкономических связей организации;

- формирование умений использования современных маркетинговых технологий в сфере внешнеэкономической деятельности организации.

В системе подготовки специалистов с высшим образованием в соответствии с учебным планом направления специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)» учебные дисциплины модуля «Управление деятельностью организации» являются дисциплинами компонента учреждения образования, дисциплинами направления специальности «Внешнеэкономические связи».

В общей системе профессиональной подготовки специалистов по межкультурным коммуникациям содержание учебных дисциплин модуля «Управление деятельностью организации» базируется на знании учебных дисциплин «Международные экономические отношения», «Национальная экономика Республики Беларусь», «Экономика зарубежных стран».

Знание учебных дисциплин модуля «Управление деятельностью организации» необходимо для изучения учебной дисциплины «Цифровые

технологии в экономике», «Внешняя торговля страны в условиях глобализации рынков товаров и услуг», «HR-менеджмент».

В результате изучения учебных дисциплин модуля «Управление деятельностью организации» студенты должны

знать:

- понятийно-категориальный аппарат и основные теории менеджмента, основные категории и теории маркетинга;
- содержание управленческой деятельности и роли руководителя, особенности различных организационных структур управления;
- основные элементы комплекса маркетинга, роль и место маркетинговых коммуникаций в системе национального и международного маркетинга;
- технологию разработки, принятия и реализации управленческих решений, критерии их эффективности;
- методологию и методы маркетинговых исследований, содержание маркетинговой политики и стратегии, основные маркетинговые инструменты, применяемые при решении конкретных задач;

уметь:

- систематизировать и обобщать информацию, необходимую для принятия управленческих решений;
- обосновывать выбор организационной структуры управления и оптимальной конфигурации коммуникативной сети организации, оценивать их эффективность;
- анализировать маркетинговую деятельность организации; давать оценки системе маркетинговых коммуникаций и эффективности применения инструментов маркетинга, возможностей проведения различных видов маркетинговых операций;

владеть:

- навыками устной и письменной коммуникации в области менеджмента и маркетинга;
- методами анализа и оценки параметров функционирования и развития системы менеджмента организации;
- методами маркетингового анализа при выборе способов выхода на внешние рынки.

В соответствии с образовательным стандартом по специальности 1-23 01 02 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (по направлениям)» изучение учебных дисциплин модуля должно обеспечить формирование следующих специализированных компетенций:

- СК-19 – применять методы менеджмента для принятия решений, технологии управления человеческими ресурсами, осуществлять внешние связи в новом культурном контексте;
- СК 20 – применять современные маркетинговые технологии в сфере внешнеэкономической деятельности организации, методы маркетинговой коммуникации.

Содержание учебных дисциплин, формы контроля и технологии обучения направлены не только на приобретение обучающимися теоретических знаний, практических умений и навыков, необходимых для освоения специальности, но и на развитие ценностно-личностного, духовного потенциала обучающихся, формирование у них гражданско-патриотических качеств, готовности к активному участию в экономической, социально-культурной и общественной жизни страны.

В соответствии с учебным планом направления специальности 1-23 01 02-05 «Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (внешнеэкономические связи)» общее количество часов, отводимое на изучение учебных дисциплин модуля «Управление деятельностью организации», составляет 180 академических часов, из них количество аудиторных часов составляет 70 часов (42 часа лекционных, 14 часов семинарских и 14 часов практических занятий). Самостоятельная работа студентов планируется в объеме 110 академических часов.

На изучение учебной дисциплины «Менеджмент», входящей в состав модуля, отведено 90 академических часов, из них количество аудиторных часов составляет 36 академических часов (22 часа лекционных и 14 часов семинарских занятий). Самостоятельная работа студентов планируется в объеме 54 академических часов.

Учебная дисциплина изучается на протяжении одного семестра (в V семестре) на 3-м курсе, у иностранных студентов – (в VII) семестре на 4-м курсе.

Формой промежуточной аттестации по учебной дисциплине является зачет по окончании V (у иностранных студентов VII) семестра. Трудоемкость учебной дисциплины «Менеджмент» составляет 3 зачетные единицы.

На изучение учебной дисциплины «Маркетинг», входящей в состав модуля, отведено 90 академических часов, из них количество аудиторных часов составляет 34 часа (20 часов лекционных и 14 часов практических/ у иностранных студентов – семинарских занятий). Самостоятельная работа студентов планируется в объеме 56 академических часов.

Учебная дисциплина изучается на протяжении одного семестра (в VI семестре) на 3-м курсе, у иностранных студентов – (в VIII семестре) на 4-м курсе.

Формой промежуточной аттестации по учебной дисциплине является экзамен по окончании VI семестра, у иностранных студентов – дифференцированный зачет по окончании VIII семестра. Трудоемкость учебной дисциплины «Маркетинг» составляет 3 зачетные единицы.

Форма получения высшего образования – очная (дневная).