Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования
«Минский государственный лингвистический университет»
Факультет межкультурных коммуникаций

СОГЛАСОВАНО

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой
_____/ А.Г. Цымбал /
«__» _____ 2025 г.

Декан факультета
_____/ Д.И. Тупик /
«__» _____ 2025 г.

Кафедра истории и социальных наук
**ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
«МАРКЕТИНГ»**

для специальностей

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

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

Составитель:

А.В. Афанасенко

Регистрационное свидетельство №1142542863 от 26.05.2025

Доступ к интерактивному ресурсу по ссылке:

<https://moodle.mslu.by/course/view.php?id=1355>

Рассмотрено и утверждено на заседании
Научно-методического совета МГЛУ

«__» ____ 20__ г., протокол №

ВВЕДЕНИЕ

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) по учебной дисциплине «Маркетинг» предназначен для студентов дневной формы получения образования, обучающихся по специальности 6-05-0231-02 «Переводческое дело (с указанием языков)». 6-05-0231-03 «Лингвистическое обеспечение межкультурной коммуникации (с указанием языков)». Целью учебной дисциплины является формирование способности и готовности владеть современными маркетинговыми технологиями и применять методы маркетинговых коммуникаций. Основные задачи изучения дисциплины: – обеспечить у обучаемых понимание теоретических основ и методологии маркетинга, а также содержание его современной концепции; – сформировать у студентов четкое представление о системе маркетинговых исследований и методах их проведения; – раскрыть содержание маркетинговой политики и стратегии, основных составляющих комплекса маркетинга; – дать глубокое и целостное представление о содержании, особенностях, целях и методах международного маркетинга, показать значение международных маркетинговых операций для развития внешнеэкономических связей с зарубежными странами; – показать место и роль маркетинговых коммуникаций в системе национального и международного маркетинга, а также раскрыть содержание отдельных малоисследованных проблем межкультурной коммуникации; – способствовать разработке модели коммуникативной подготовки специалиста со знанием не менее двух иностранных языков, включающей в себя; – формирование знаний, навыков и умений осуществления профессиональных обязанностей на языке партнера. Электронный учебно-методический комплекс включает: – теоретический раздел (теоретический материал (конспект лекций) по учебной дисциплине); – практический раздел (тематика семинарских занятий, задания для самостоятельной работы студентов); – раздел контроля знаний (тестовые задания для текущего контроля по учебным темам, вопросы к промежуточной аттестации); – вспомогательный раздел (учебная программа по учебной дисциплине, перечень рекомендуемой учебно-методической литературы по изучаемому курсу). Электронный учебно-методический комплекс может быть использован при подготовке к семинарским занятиям, при индивидуальном освоении изучаемого материала, а также при организации самостоятельной работы студентов.

Для начала работы с ЭУМК обучающиеся должны изучить тематический план и учебно-методическую карту учебной дисциплины, ознакомиться с содержанием ЭУМК и его элементами. Затем последовательно изучить предлагаемый по теме конспект лекций. После изучения каждой темы раздела студентам необходимо выполнить тестовые задания из раздела контроля знаний. Для выполнения письменной работы необходимо обратиться к заданиям и методическим рекомендациям для самостоятельной работы. Для подготовки к промежуточной аттестации необходимо изучить вопросы для дифференцированного зачета.