

**Заочный факультет
(полная форма)**

УО "Витебский государственный технологический университет"

План образовательного процесса на 2025 / 2026 уч. год уч. год

Специальность 6-05-0412-04 Маркетинг

2 курс гр. ЗМк-45

| № | Наименование дисциплины | Кол. часов | | | Форма контроля | Кол. часов дневной формы | Зач. единиц |
|--|---|------------|----|----------|--|--------------------------|-------------|
| | | лк | лб | пр (сем) | | | |
| Осенняя сессия (01.12.2025 - 23.12.2025) | | | | | | | |
| 1 | Иностранный язык | | | 20 | Экзамен | 324/ 216 | 6 |
| 2 | Теория вероятностей | | | 8 | Диф. зачет | 120 | 3 |
| 3 | Микроэкономика | | | 8 | Экзамен | 122 | 3 |
| 4 | Социальная психология / Культурология | 6 | | 8 | Диф.Зачет | 108 | 3 |
| 5 | Правовое обеспечение бизнеса | | | 6 | Экзамен | 108 | 3 |
| 6 | Основы управления интеллектуальной собственностью | | | 4 | Зачет | 72 | 2 |
| 7 | Макроэкономика | 10 | | 6 | Выдать курс. | | |
| 8 | Теория маркетинга (ГЭ) | 10 | | | | | |
| 9 | Основы менеджмента | 8 | | | | | |
| 10 | Товарная политика организации | 8 | | | | | |
| 11 | Экономика организаций | 8 | | | | | |
| | Всего: | 50 | | 60 | Ср.нагр. =146 ч / 20 дн = 7,3 Экз=3, Зач=3 | | |
| Весенняя сессия (04.05.2026 - 30.05.2026) | | | | | | | |
| 1 | Макроэкономика | | | 4 | Экзамен + Защита КР | 216+40 | 6+1 |
| 2 | Товарная политика организации | | | 8 | Экзамен | 140 | 4 |
| 3 | Экономика организаций | | | 8 | Экзамен | 140 | 4 |
| 4 | Теория маркетинга (ГЭ) | 6 | | 12 | Зачет Выдать курс. | 352/ 136 | 3 |
| 5 | История науки и техники | 8 | | 6 | Диф.Зачет | 108 | 3 |
| 6 | Основы менеджмента | | | 8 | Экзамен | 120 | 3 |
| 7 | Международная экономика | 8 | | | | | |
| 8 | Стратегический маркетинг | 8 | | | | | |
| 9 | Маркетинг услуг | 8 | | | | | |
| 10 | Веб-графика | 4 | 4 | | | | |
| 11 | Поведение потребителей | 8 | | | | | |
| 12 | Налоги и налогообложение | 8 | | | | | |
| 13 | Финансы организаций | 6 | | | | | |
| 14 | Ознакомительная практика (Учебная) | | | | Защита отчета | 108 | 3 |
| | Всего: | 64 | 4 | 46 | Ср.нагр. = 158 ч / 21 дн = 7,5 Экз=4, Зач=2, К.Р.=1 | | |

**Заочный факультет
(полная форма)**

УО "Витебский государственный технологический университет"

План образовательного процесса на 2025 / 2026 уч. год уч. год

Специальность 6-05-0412-04 Маркетинг

3 курс гр. ЗМк-44, ЗМк-44а

| № | Наименование дисциплины | Кол. часов | | | Форма контроля | Кол. часов дневной формы | Зач. единиц |
|---|---|-----------------|----|----|--|--------------------------|-------------|
| | | лк | лб | пр | | | |
| Осенняя сессия (10.10.2025 - 06.11.2025) | | | | | | | |
| 1 | Теория маркетинга (ГЭ) | | | 6 | Экзамен + Защита КР | 352 /136+40 | 3+1 |
| 2 | Стратегический маркетинг | | | 8 | Диф.Зачет | 170 | 4 |
| 3 | Поведение потребителей | | | 8 | Зачет | 160 | 4 |
| 4 | Финансы организации | 2 | | 6 | Зачет | 140 | 4 |
| 5 | Международная экономика | | | 4 | Экзамен | 120 | 3 |
| 6 | Маркетинг услуг | | | 8 | Зачет | 120 | 3 |
| 7 | Веб-графика | | 8 | | Зачет | 100 | 3 |
| 8 | Налоги и налогообложение | | | 8 | Экзамен | 130 | 3 |
| 9 | Статистика | 10 | | 6 | | | |
| 10 | Национальная экономика Беларуси | 8 | | | | | |
| 11 | Маркетинговые исследования и аналитика (ГЭ) | 14 | | 6 | Выдать курс. | | |
| 12 | Интегрированные маркетинговые коммуникации | 14 | | 6 | | | |
| 13 | Ценообразование | 8 | | | | | |
| 14 | Организационно-экономическая практика | 2 недели | | | Выдать задание | | |
| | Всего: | 56 | 8 | 66 | Ср.нагр. = 178 ч / 24 дн = 7,4 Экз=3, Зач=5, К.Р.=1 | | |
| Весенняя сессия (12.02.2026 - 07.03.2026) | | | | | | | |
| 1 | Маркетинговые исследования и аналитика (ГЭ) | | 4 | 6 | Экзамен + Защита КР | 228+40 | 6+1 |
| 2 | Статистика | | | 4 | Экзамен | 216 | 6 |
| 3 | Интегрированные маркетинговые коммуникации | | | 10 | Экзамен | 240 | 6 |
| 4 | Национальная экономика Беларуси | | | 8 | Экзамен | 122 | 3 |
| 5 | Ценообразование | | | 8 | Экзамен | 120 | 3 |
| 6 | Промышленный маркетинг / Межфирменный маркетинг | 12 | | | | | |
| 7 | Каналы дистрибуции и распределения товаров | 8 | | | | | |
| 8 | Маркетинг инноваций | 12 | | 4 | | | |
| 9 | Логистика и управление цепями поставок | 8 | | | | | |
| 10 | Основы бухгалтерского учета | 8 | | | | | |
| 11 | Организационно-экономическая практика | | | | Защита отчета | 108 | 3 |
| | Всего: | 48 | 4 | 40 | Ср.нагр. = 136 ч / 21 дн = 6,5 Экз=5, К.Р.=1 | | |

**Заочный факультет
(полная форма)**

УО "Витебский государственный технологический университет"

План образовательного процесса на 2025 / 2026 уч. год уч. год

Специальность 1-26 02 03 Маркетинг

4 курс гр. ЗМк-43

| № | Наименование дисциплины | Кол. часов | | | Форма контроля | Кол. часов дневной формы | Зач. единиц |
|--|--|-----------------|----|----|--|--------------------------|-------------|
| | | лк | лб | пр | | | |
| Осенняя сессия (18.11.2025 - 09.12.2025) | | | | | | | |
| 1 | Межфирменный маркетинг | | | 12 | Экзамен | 224 | 6 |
| 2 | Маркетинг инноваций | | | 12 | Экзамен | 230 | 6 |
| 3 | Каналы дистрибуции и распределения товаров | | | 8 | Экзамен | 170 | 5 |
| 4 | Бизнес-планирование | | | 8 | Экзамен | 170 | 4 |
| 5 | Логистика | | | 4 | Зачет | 120 | 3 |
| 6 | Основы бухгалтерского учета и аудита | | | 6 | Зачет | 120 | 3 |
| 7 | Международный маркетинг | 8 | | | | | |
| 8 | Маркетинг электронных закупок | 8 | | | | | |
| 9 | Брендинг | 8 | | | | | |
| 10 | Электронная коммерция | 8 | | | | | |
| 11 | 1С: Предприятие | 4 | | | | | |
| 12 | Аналитическая практика | 4 недели | | | Выдать задание | | |
| | Всего: | 36 | | 50 | Ср.нагр. = 126 ч / 19 дн = 6,6 Экз=4, Зач=2 | | |
| Весенняя сессия (01.04.2026 - 17.04.2026) | | | | | | | |
| 1 | Брендинг | | | 8 | Зачет | 128 | 4 |
| 2 | Международный маркетинг | | | 8 | Экзамен | 120 | 3 |
| 3 | Маркетинг электронных закупок | | | 8 | Зачет | 96 | 3 |
| 4 | Электронная коммерция | 4 | 4 | | Экзамен | 120 | 3 |
| 5 | 1С: Предприятие | | 8 | | Зачет | 94 | 3 |
| 6 | Стартап-проектирование | 8 | | | | | |
| 7 | Методы прогнозирования в маркетинге | 8 | | | | | |
| 8 | Маркетинг в электронной коммерции (ГЭ) | 12 | | | Выдать курс. | | |
| 9 | Маркетинг интернет-проекта | 8 | | | | | |
| 10 | Технологии продаж, деловых переговоров и презентаций | 4 | | | | | |
| 11 | Аналитическая практика | | | | Защита отчета | 216 | 6 |
| | Всего: | 40 | 12 | 28 | Ср.нагр. = 108 ч / 15 дн = 7,2 Экз=2, Зач=3 | | |

**Заочный факультет
(полная форма)**

УО "Витебский государственный технологический университет"

План образовательного процесса на 2025 / 2026 уч. год уч. год

Специальность 1-26 02 03 Маркетинг

5 курс гр. ЗМк-42

| № | Наименование дисциплины | Кол. часов | | | Форма контроля | Кол. часов дневной формы | Зач. единиц |
|--|--|------------|----|----|--|--------------------------|-------------|
| | | лк | лб | пр | | | |
| Осенняя сессия (19.01.2026 - 27.01.2026) | | | | | | | |
| 1 | Маркетинг в электронной коммерции (ГЭ) | | | 4 | Экзамен + Защита КР | 165+40 | 5+1 |
| 2 | Стартап-проектирование | | | 8 | Экзамен | 165 | 5 |
| 3 | Методы прогнозирования в маркетинге | | | 8 | Экзамен | 165 | 5 |
| 4 | Маркетинг интернет-проекта | | | 8 | Экзамен | 165 | 5 |
| 5 | Технологии продаж, деловых переговоров и презентаций | | | 4 | Зачет | 58 | 2 |
| | Всего: | | | 32 | Ср.нагр. = 72 ч / 10 дн =7,2 Экз=4, Зач=1, К.Р.=1 | | |

Преддипломная практика с 04.02.2026 по 31.03.2026