№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам																								Всего зачетных единиц	Код компетенции	
				Всего	Аудиторных	Из них				I курс			II курс			III курс			IV курс																	
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 18 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 18 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 18 недель			6 семестр, 17 недель			7 семестр, 16 недель			8 семестр, 16 недель					
										Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц			
1.7.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Макроэкономика"			40												40		1																	1	УК-1, БПК-6
1.7.3	Международная экономика		4	120	52	30			22										120	52	3													3	БПК-7	
1.8	Национальная экономика Беларуси	4		122	64	32			32										122	64	3													3	БПК-8	
1.9	Модуль "Маркетинг"																																			
1.9.1	Теория маркетинга	4	3	352	150	74			76						216	90	6	136	60	3														9	БПК-9	
1.9.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Теория маркетинга"			40															40		1													1	УК-1, БПК-9	
1.9.3	Стратегический маркетинг	5		180	72	32	20	20														180	72	5										5	УК-1, БПК-10	
1.9.4	Международный маркетинг	6		108	54	26		28															108	54	3									3	БПК-11	
1.10	Модуль "Технологии маркетинга"																																			
1.10.1	Маркетинговые исследования и аналитика	5	4	228	126	60	20	46											120	64	3	108	62	3										6	УК-1, БПК-12	
1.10.2	Интегрированные маркетинговые коммуникации	5	4	240	130	60	20	50											120	66	3	120	64	3											6	УК-5, БПК-13
2.	Компонент учреждения высшего образования	11	16	3664	1632	766	78	676	112	438	190	12	230	104	6	372	188	10	216	90	6	552	246	15	832	396	22	1024	418	30				101		
2.1	Социально-гуманитарный модуль 2																																			
2.1.1	Экономическая история/ Городская цивилизация в Беларуси		3	72	34	16			18							72	34	2																	2	УК-11/ УК-12
2.1.2	Этика бизнеса/ Культура информационного общества		3	72	34	16			18							72	34	2																	2	УК-13/ УК-14
2.2	Модуль "Организация и обеспечение бизнеса"																																			
2.2.1	Правовое обеспечение бизнеса	1		108	52	26			26	108	52	3																							3	СК-1
2.2.2	Менеджмент и предпринимательство	1		108	52	26			26	108	52	3																							3	СК-2
2.2.3	Основы управления интеллектуальной собственностью ¹		1	94	34	22			12	94	34	3																							3	СК-3
2.3	Модуль "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности"																																			
2.3.1	Маркетинг услуг	5		120	68	34			34													120	68	3											3	СК-4
2.3.2	Межфирменный маркетинг/ Маркетинг в промышленности	6		216	102	50			52																216	102	6								6	СК-5/ СК-6
2.3.3	Маркетинг некоммерческих организаций		6	120	54	26			28															120	54	3									3	СК-7
2.3.4	Курсовая работа по модулю "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности"			40																				40		1									1	СК-4-7, УК-1
2.4	Модуль "Маркетинговый инструментарий"																																			
2.4.1	Ценообразование	4		216	90	42	12	36											216	90	6														6	СК-8
2.4.2	Функционально-стоимостный анализ		5	216	86	46			40													216	86	6											6	СК-9
2.5	Модуль "Управление товарным портфелем"																																			
2.5.1	Управление качеством		2	122	52	22			30				122	52	3																				3	СК-10
2.5.2	Управление товаром	3		120	68	30			38							120	68	3																	3	СК-11

СОГЛАСОВАНО
Начальник Главного управления профессионального образования
образования Республики Беларусь
С.А. Касперович
"___" _____ 2021 г.

Министерства

СОГЛАСОВАНО
Проректор по научно-методической работе Государственного
учреждения образования "Республиканский институт высшей школы"
И.В. Титович
"___" _____ 2021 г.

IV. Учебные практики				V. Производственные практики				VI. Дипломное проектирование			VII. Итоговая аттестация
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	1. Защита дипломного проекта (дипломной работы) в ГЭК. 2. Государственный экзамен по специальности (специализации).
Ознакомительная	2	2	3	Организационно-экономическая	4	2	3	8	10	15	
				Аналитическая	6	4	6				
				Преддипломная	8	10	15				

VIII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля
УК-1	Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации	1.7.2, 1.9.2, 1.9.3, 1.10.1, 2.3.4, 2.8.2
УК-2	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий	1.3
УК-3	Осуществлять коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1.2
УК-4	Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия	1.1.4
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.10.2, 2.6.2, 2.6.3, 2.7, 2.8.1
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	2.6.1, 2.10, 2.12.3
УК-7	Обладать гуманистическим мировоззрением, качествами гражданственности и патриотизма	1.1.2
УК-8	Обладать современной культурой мышления, уметь использовать основы философских знаний в профессиональной деятельности	1.1.3
УК-9	Выявлять факторы и механизмы исторического развития, определять общественное значение исторических событий	1.1.1
УК-10	Использовать языковой материал в профессиональной области на белорусском языке	4.2
УК-11	Определять общие закономерности и локальные особенности эволюции экономических процессов и явлений, отраслей хозяйства и экономических институтов в странах с развитой рыночной системой и в Беларуси, выявлять потенциальные возможности использования отечественного и зарубежного историко-экономического опыта в практической деятельности	2.1.1
УК-12	Обладать научно обоснованным представлением об истоках формирования, развитии и современном статусе городского пространства, выявлять особенности воздействия исторически обусловленной городской среды на социально-экономические, административные, правовые, ментальные, культурные и иные аспекты жизнедеятельности	2.1.1
УК-13	Понимать и использовать принципы этического регулирования отношений в бизнесе, выстраивать конструктивные отношения в коллективе, разрабатывать нормы делового общения	2.1.2
УК-14	Понимать закономерности формирования культурно-творческих характеристик личности, образа мысли и деятельности человека, живущего в информационном обществе	2.1.2
УК-15	Владеть навыками здоровьесбережения	4.1
БПК-1	Использовать основные математические понятия и методы вычислений для анализа и моделирования экономических процессов	1.4
БПК-2	Оперировать основными понятиями и методами статистики, применять статистический инструментарий для количественной оценки массовых социально-экономических явлений и процессов, устанавливать статистические закономерности их развития	1.5.1
БПК-3	Применять понятия, методы эконометрики, эконометрические модели и инструменты для количественной оценки статистических зависимостей индикаторов социально-экономического развития	1.5.2
БПК-4	Понимать мотивы поведения субъектов рыночной экономики, особенности экономических процессов в Республике Беларусь и других странах, анализировать экономическую информацию, применять полученные теоретические знания в качестве методологической основы изучения прикладных экономических дисциплин	1.6.1
БПК-5	Понимать поведение потребителей и организаций в рыночной экономике, механизмы ценообразования на товарных и ресурсных рынках, условия общего экономического равновесия, направления, инструменты и границы государственной микроэкономической политики, применять теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора	1.6.2
БПК-6	Понимать механизмы функционирования агрегированных рынков и инструменты бюджетно-налоговой и денежно-кредитной политики, анализировать макроэкономические процессы, происходящие в Республике Беларусь и других странах, оценивать результаты макроэкономической политики	1.7.1, 1.7.2
БПК-7	Осуществлять выбор оптимальных инструментов регулирования внешнеэкономической деятельности	1.7.3
БПК-8	Понимать механизм и особенности функционирования национальной экономики, определять проблемы и перспективы ее развития	1.8

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
образования Республики Беларусь

С.А. Касперович
"___" _____ 2021 г.

Министерства

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической работе Государственного
учреждения образования "Республиканский институт высшей школы"

И.В. Титович
"___" _____ 2021 г.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля
БПК-9	Понимать основные понятия, концепции и виды маркетинга, реализовывать процесс сегментирования рынка и позиционирования организации/товара на нём, использовать аналитический инструментарий для планирования и реализации концепции маркетинга, оценивать эффективность маркетинговой деятельности	1.9.1, 1.9.2
БПК-10	Понимать особенности реализации стратегического маркетинга в деятельности организаций разной отраслевой направленности, проводить аудит маркетинга, определять целевой рынок, оценивать конкурентный потенциал бизнеса, уверенно пользоваться различными методами при разработке маркетинговых стратегий	1.9.3
БПК-11	Реализовывать концепцию международного маркетинга на практике, применять подходы к изучению и анализу международной маркетинговой среды, разрабатывать стратегии проникновения на мировой рынок и соответствующие им маркетинговые планы и программы с применением информационных технологий	1.9.4
БПК-12	Внедрять методологию маркетинговых исследований, обладать практическими навыками организации и проведения маркетинговых исследований и аналитики рыночных данных	1.10.1
БПК-13	Внедрять систему интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельность организации, реализовывать эффективное продвижение товаров и услуг на рынке, планировать тактические и стратегические программы интегрированных маркетинговых коммуникаций и определять эффект от их применения	1.10.2
БПК-14	Применять основные методы защиты населения от негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать здоровые и безопасные условия труда	4.4
СК-1	Характеризовать положения национального законодательства в области развития бизнеса, выявлять неурегулированные аспекты и разрабатывать рекомендации по совершенствованию действующего законодательства	2.2.1
СК-2	Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной структуры управления предприятием, владеть современными техниками принятия управленческих решений, оценивать эффективность управления и конкурентоспособность организации	2.2.2
СК-3	Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности, методы выявления объектов интеллектуальной собственности	2.2.3
СК-4	Обосновывать возможность и необходимость применения маркетинга в управлении предприятием на рынке услуг, разрабатывать комплексную стратегию маркетинга; определять покупательские риски в сфере услуг, применять методику оценки качества услуг, разрабатывать стандарт обслуживания	2.3.1, 2.3.4
СК-5	Разрабатывать стратегические и тактические планы межфирменного маркетинга, выявлять результативность и экономический эффект межфирменного маркетинга, анализировать основные показатели, применяемые в практике управления межфирменным маркетингом в динамике с учетом фактора инфляции	2.3.2, 2.3.4
СК-6	Разрабатывать маркетинговую политику на промышленном предприятии с учетом имеющихся приоритетов и стратегических целей, применять инструменты формирования и оценки имиджа промышленного предприятия, планирования и реализации программ внутренних и внешних коммуникаций	
СК-7	Использовать специфические особенности маркетинговой деятельности в некоммерческих организациях, разрабатывать для них стратегии и тактику маркетинга, подходы к управлению их маркетинговой деятельностью	2.3.3, 2.3.4
СК-8	Выбирать и применять наилучшие методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных рыночных условиях, определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности, принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и условий рынка	2.4.1
СК-9	Применять методологию функционально-стоимостного анализа, осуществлять анализ затрат и оценку уровня значимости функций объекта анализа, определять соответствие затрат функциям объекта	2.4.2
СК-10	Применять систему менеджмента качества в управлении предприятием, реализовывать методы контроля качества продукции и процессов, подготавливать необходимую документацию, формулировать содержание процессов менеджмента качества, проводить аудит систем менеджмента качества	2.5.1
СК-11	Формулировать цели и задачи управления товаром в организациях разных сфер и отраслей деятельности, проводить всесторонний анализ ассортимента, разрабатывать оптимальный товарный портфель организации, реализовывать технологию категорийного менеджмента, создавать, развивать и управлять товарными брендами	2.5.2
СК-12	Подходить системно и структурно к вопросам планирования и реализации мероприятий интернет-маркетинга; создавать контент на основе известных принципов, понимать основы работы с сайтом, социальными сетями, интернет-СМИ; проводить исследования рынка и тестировать гипотезы в среде Интернет, использовать Web-аналитику в целях развития и управления брендом	2.6.1
СК-13	Реализовывать методологию управления клиентским опытом и маркетингом взаимоотношений, пользоваться инструментами повышения лояльности и вовлеченности клиентов, управлять партнерскими отношениями с клиентами	2.6.2
СК-14	Применять принципы, методы и инструменты маркетинга в инновационном процессе, осуществлять ситуационный анализ рынка инноваций, проводить обоснование принимаемых маркетинговых решений по обеспечению инновационного развития предприятия (организации)	2.6.3
СК-15	Проводить оценку факторов среды международного маркетинга и их влияния на принятие стратегических решений, (ре)организовать службу маркетинга на предприятии при осуществлении деятельности на внешнем рынке, управлять международным маркетингом на стратегическом и операционном уровнях, проводить аудит международного маркетинга в организации	2.7
СК-16	Понимать различные аспекты деловой межкультурной коммуникации, проблематику манипуляций в деловом общении и способы противостояния им, применять поведенческие модели, модели работы с информацией, планировать и разрабатывать программы коммуникаций с учётом культурного фактора, оценивать их эффективность	2.8.1
СК-17	Выявлять особенности поведения предприятий-потребителей на внешних рынках, строить модели потребительского поведения, внедрять современные технологии компьютерной обработки и анализа данных о потребителях в практическую деятельность организаций	2.8.2
СК-18	Реализовывать ценовую политику на внешних рынках, использовать методы определения внешнеторговых цен, производить обоснование цен при заключении различных внешнеторговых сделок, осуществлять экономическое обоснование видов ценовых скидок	2.8.3
СК-19	Применять особенности письменных профессионально-ориентированных текстов, готовить и делать устные сообщения на профессиональные темы с использованием мультимедийных технологий, воспринимать на слух иноязычную речь в естественном темпе с последующим выражением своего коммуникативного намерения по поводу услышанного на иностранном языке	2.8.4
СК-20	Планировать реализацию проектов с использованием современных средств цифрового моделирования и производства, использовать программное обеспечение для 3D моделирования, применение технологий цифрового производства в промышленности, инновационном бизнесе и стартапах	2.10

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля
СК-21	Анализировать и оценивать рискообразующие факторы, применять классические и VAR-модели оценки рисков в процессе осуществления хозяйственной деятельности предприятия, использовать методы минимизации рисков, оценивать результативность риск-менеджмента	2.11.1
СК-22	Понимать сущность финансовой политики государства, принципы финансового планирования, содержание и функции финансов организаций реального сектора экономики	2.11.2
СК-23	Осуществлять расчет налоговой базы и сумм налогов, составлять налоговую отчетность, вести регистры налогового учета, формировать налоговый календарь и производить своевременное погашение налоговых обязательств перед бюджетом	
СК-24	Определять логистическую миссию и анализировать логистическую среду организации, применять методы управления материальными, финансовыми и информационными потоками, оценивать эффективность инвестиций в развитие логистической системы предприятия	2.12.1
СК-25	Применять на практике основы инфографики и визуализации данных, работать с программами и онлайн сервисами визуализации данных при решении профессиональных задач	2.12.2
СК-26	Оформлять первичные учетные документы, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов, проводить анализ хозяйственной деятельности	2.12.3
СК-27	Применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов хозяйственной деятельности, планировать, организовать и проводить проверку объектов бухгалтерского учета, документов и отчетности	2.12.3
СК-28	Применять знания основных нормативных актов законодательства в сфере противодействия коррупции для выработки и реализации мер по ее предупреждению	4.3

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 1-26 02 03 "Маркетинг".

При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности учебная дисциплина "Основы управления интеллектуальной собственностью" планируется в качестве дисциплины компонента учреждения высшего образования.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель Министра промышленности
Республики Беларусь

_____ А.С.Огородников

М.П.

_____ 2021 г.

Председатель УМО по экономическому образованию

_____ В.Ю.Шутилин

М.П.

_____ 2021 г.

Председатель НМС по маркетингу и логистике

_____ В.С. Протасеня

_____ 2021 г.

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по экономическому образованию

Протокол № ____ от _____ 2021 г.

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.А.Касперович

_____ 2021 г.

Проректор по научно-методической работе
Государственного учреждения образования
«Республиканский институт высшей школы»

_____ И.В.Титович

(подпись) М.П.

_____ 2021 г.

Эксперт-нормоконтролер

_____ (подпись)

_____ (И.О.Фамилия)

_____ 2021 г.