

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
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 культурную обусловленность межличностной и деловой коммуникации, использовать в профессиональной деятельности знания о современных формах коммуникации, учитывать особенности поведения и мировоззрения представителей различных культур	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	Определять и анализировать современные тенденции развития международной экономики, осуществлять выбор оптимальных инструментов регулирования внешнеэкономической деятельности	1.7.3
БПК-8	Понимать особенности и механизм функционирования национальной экономики, оценивать ресурсный потенциал и конкурентные преимущества, определять тенденции и перспективы ее развития для решения текущих экономических проблем и реализации стратегических целей и задач социально-экономического развития Республики Беларусь	1.8
БПК-9	Применять в профессиональной деятельности технологии и инструменты ретроспективного анализа развития рекламы	1.9.1, 1.9.4
БПК-10	Определять экономическую и социальную эффективность рекламных мероприятий, проводить маркетинговые исследования рынка рекламы	1.9.2, 1.9.4
БПК-11	Использовать закономерности протекания психологических познавательных процессов в рекламной практике и проводить психологическую экспертизу рекламы	1.9.3, 1.9.4
БПК-12	Использовать в рекламной деятельности методологию функционально-стоимостного анализа товаров и бизнес-процессов для оптимизации полезности и стоимости их функций	1.10.1
БПК-13	Организовывать и проводить рекламные исследования на предприятиях с учетом специфики современного развития маркетинговых исследований и рекламного рынка	1.10.2
БПК-14	Выделять особенности инноваций и создавать креативные рекламные обращения к потребителям товаров и услуг	1.11
БПК-15	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	Планировать реализацию проектов с использованием современных средств цифрового моделирования и производства в промышленности, инновационном бизнесе и стартапах, использовать программное обеспечение для 3D моделирования	2.3.1
СК-5	Создавать графические образы и шрифтовые композиции, работать с цветом, формой и дизайном при проектировании элементов фирменного стиля и рекламных продуктов	2.3.2
СК-6	Организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	2.3.3
СК-7	Использовать методы семиотического анализа рекламных образов, символов и знаков при осуществлении профессиональной деятельности	2.4.1
СК-8	Применять в профессиональной деятельности технологии создания рекламных текстов, их литературного редактирования и копирайтинга	2.4.2
СК-9	Использовать методы управления рекламной деятельностью, разрабатывать стратегические и тактические планы рекламных кампаний, осуществлять оперативное управление рекламной деятельностью	2.5
СК-10	Использовать технологии проведения переговоров, применять современные средства коммуникаций, разрабатывать и осуществлять рекламно-коммуникационные кампании и мероприятия, формировать рекламно-коммуникационную инфраструктуру организации	2.6
СК-11	Продвигать товары и услуги промышленного назначения, использовать инструментарий маркетинговых исследований, планирования и организации мероприятий по продвижению на рынке B2B	2.7.1
СК-12	Использовать методы прогнозирования и оценки эффективности рекламной кампании, расчета прогнозных показателей различных видов рекламной деятельности	2.7.2
СК-13	Применять инструменты и техники продаж, использовать технологии искусства продаж в различных звеньях товародвижения	2.8.1
СК-14	Применять модели поведения потребителей и покупателей, методику проведения маркетинговых и рекламных исследований покупательского поведения на рынках B2C и B2B, анализировать результаты изучения покупательского поведения и вырабатывать на этой основе направления совершенствования рекламы	2.8.2

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования

Министерства образования Республики Беларусь

С.А.Касперович

2021



СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической работе

Государственного учреждения образования "Республиканский институт высшей школы"

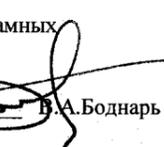
И.В.Титович

2021

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
СК-15	Использовать методы планировки торговой площади, выкладки товаров и стимулирования выбора потребителями определенной марки продукции	2.8.3
СК-16	Применять методы организации и оценки эффективности таргетированной и контекстной рекламы для улучшения узнаваемости продукции и услуг и привлечения дополнительных клиентов	2.9.1
СК-17	Использовать социальные сети для проведения рекламных кампаний по продвижению продукции, услуг, брендов, предприятий (организаций)	2.9.2
СК-18	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	2.10.1
СК-19	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	2.10.2
СК-20	Применять технологии брендинга в системе рекламных коммуникаций, продвигать бренды на рынке	2.11
СК-21	Управлять формированием и продвижением брендов с помощью инструментов и технологий рекламных коммуникаций	2.11
СК-22	Понимать сущность финансовой политики государства, принципы финансового планирования, содержание и функции финансов организаций реального сектора экономики для определения конкретных мер регулирования финансовой деятельности	2.12.1
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	2.12.1
СК-24	Оформлять первичные учетные документы, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов, проводить анализ хозяйственной деятельности	2.12.2
СК-25	Применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов хозяйственной деятельности, планировать, организовывать и проводить проверку объектов бухгалтерского учета, документов и отчетности	2.12.2
СК-26	Применять 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	2.12.3
СК-27	Применять знания основных 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 06 "Рекламная деятельность".

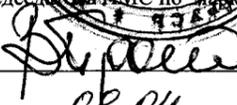
"При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности учебная дисциплина "Основы управления интеллектуальной собственностью" планируется в качестве дисциплины компонента учреждения высшего образования.


 В.А.Боднарь
 М.П.
 2021

Председатель УМО по экономическому образованию


 В.Ю.Шутилин
 М.П.
 2021

Председатель НМС по маркетингу и логистике


 В.С.Протасеня
 08.04. 2021

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по экономическому образованию

Протокол № 4 от 15.04. 2021

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
 Министерства образования Республики Беларусь


 С.А.Касперович

19.05. 2021

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


 И.В.Титович

М.П.
 2021

Эксперт-нормоконтролер


 Т.А.Богомья

14.05. 2021

Информация об изменениях размещается на сайтах:

<http://www.edustandart.by>

<http://www.nihe.bsu.by>