



№ 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, 17 недель			2 семестр, 16 недель			3 семестр, 17 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 16 недель			6 семестр, 16 недель			7 семестр, 17 недель			8 семестр						
										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		
1.4.2	Теория вероятностей и математическая статистика	3		108	50	26		24						108	50	3																		3	УК-12, БПК-4		
1.4.3	Основы машинного обучения	4		108	50	26		24							108	50	3																	3	БПК-5		
1.5	Основы алгоритмизации и программирования	1,2		216	120	56	64							108	60	3	108	60	3															6	УК-2, БПК-6		
1.6	Безопасность жизнедеятельности человека	3		120	68	34	16	18							120	68	3																	3	БПК-7		
1.7	Модуль «Введение в маркетинг и экономику»																																				
1.7.1	Информационные технологии в маркетинге	1		120	60	12	48																												3	БПК-8	
1.7.2	Основы экономики	1		120	60	30		30																											3	БПК-9	
1.7.3	Основы маркетинга	2		172	84	42		42																											5	БПК-10	
	Курсовой проект по учебной дисциплине «Основы маркетинга»			40								40		1																					1	УК-1,5,6	
1.7.4	Основы коммуникативного дизайна		3	118	50	22	28							118	50	3																			3	БПК-11	
1.8	Модуль «Введение в программирование»																																				
1.8.1	Основы объектно-ориентированного программирования	3		118	50	26	24							118	50	3																			3	БПК-12	
1.8.2	Базы данных	4		106	50	26	24								106	50	3																			3	БПК-13
1.8.3	Бизнес-анализ и прототипирование программных продуктов		5	112	50	26	24													112	50	3														3	БПК-14
1.9	Модуль «Основы электронного маркетинга»																																				
1.9.1	Интернет-маркетинг и электронная коммерция	4,5		220	102	54	48								108	52	3	112	50	3																6	БПК-15
	Курсовой проект по учебной дисциплине «Интернет-маркетинг и электронная коммерция»			40																				40		1										1	УК-1,5,6
1.9.2	Поисковое продвижение и веб-аналитика	6		120	60	32	28																120	60	3											3	БПК-16
1.10	Модуль «Маркетинговый анализ и стратегия»																																				
1.10.1	Прикладной статистический анализ		3	118	50	26	24							118	50	3																				3	БПК-17
1.10.2	Маркетинговые исследования	5	4	236	114	78	36								120	60	3	116	54	3																6	БПК-18
	Курсовая работа по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования»			40														40		1																1	УК-1,5,6
1.10.3	Ценовая политика	5		112	50	24		26										112	50	3																3	БПК-19
1.10.4	Стратегический маркетинговый анализ		5	112	50	24		26										112	50	3																3	БПК-20
1.10.5	Поведение потребителей		6	110	48	24	24															110	48	3												3	БПК-21
<b>2.</b>	<b>Компонент учреждения высшего образования</b>			<b>3734</b>	<b>1656</b>	<b>834</b>	<b>304</b>	<b>518</b>		<b>180</b>	<b>84</b>	<b>5</b>	<b>208</b>	<b>116</b>	<b>6</b>	<b>390</b>	<b>166</b>	<b>10</b>	<b>656</b>	<b>280</b>	<b>18</b>	<b>416</b>	<b>194</b>	<b>11</b>	<b>750</b>	<b>340</b>	<b>20</b>	<b>1134</b>	<b>476</b>	<b>33</b>				<b>103</b>			
2.1	Модуль «Социально-гуманитарные дисциплины 2»																																				
2.1.1	Логика		1	72	34	18		16																												2	УК-13
2.1.2	Философские аспекты развития науки и техники / Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)		4	72	34	18		16							72	34	2																			2	УК-4,14 / УК-4,9,15
2.1.3	Маркетинг программного продукта и услуг / Политические институты и процессы в информационном обществе		5	72	34	16		18										72	34	2																2	УК-4,СК-1 / УК-4,7, СК-2
2.2	Модуль «Общеинженерная подготовка»																																				
2.2.1	Основы компьютерной графики		1	108	50	16		34						108	50	3																				3	СК-3
2.2.2	Основы информационной безопасности		4	108	48	32		16							108	48	3																			3	СК-4
2.2.3	Основы управления интеллектуальной собственностью <sup>1</sup>		4	102	36	22		14							102	36	3																			3	СК-5
2.2.4	Метрология, стандартизация и сертификация (в информационных технологиях)		4	108	50	26		24							108	50	3																			3	СК-6

**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  
М.П. 2021





Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-15	Анализировать события, факты и явления Второй мировой войны и Великой Отечественной войны на основе понимания закономерностей и особенностей исторических процессов	2.1.2
УК-16	Владеть навыками здоровьесбережения, поддерживать необходимый и достаточный уровень физической подготовки, обеспечивающий полноценную профессиональную деятельность	3.1, 4.1
БПК-1	Владеть методами матричного исчисления, решать системы алгебраических уравнений, исследовать уравнения кривых и поверхностей аналитическими методами	1.3.1
БПК-2	Владеть методами дифференциального и интегрального исчисления, численного решения обыкновенных дифференциальных уравнений, работы с числовыми рядами	1.3.2
БПК-3	Владеть практическими навыками формализации и решения прикладных задач с помощью методов дискретной математики в сфере инфокоммуникационных технологий	1.4.1
БПК-4	Применять инструментарий теории вероятностей и математической статистики для формирования вероятностного подхода в инженерной деятельности	1.4.2
БПК-5	Применять современные методологии, программные средства для построения и анализа моделей процессов, данных, объектов	1.4.3
БПК-6	Применять основные методы алгоритмизации, способы и средства получения, хранения, обработки информации при решении профессиональных задач	1.5
БПК-7	Владеть основными методами защиты производственного персонала и населения от воздействия негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, знаниями основ рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать безопасные и здоровые условия труда	1.6
БПК-8	Использование современных офисных прикладных компьютерных программ в качестве инструмента для решения практических задач в маркетинге	1.7.1
БПК-9	Анализировать экономические явления и процессы, исходя из положений экономической теории	1.7.2
БПК-10	Применять на практике основные концепции маркетинга	1.7.3
БПК-11	Разрабатывать визуальные решения для осуществления маркетинговых коммуникаций с целевым рынком	1.7.4
БПК-12	Разрабатывать компьютерные программы на объектно-ориентированном языке	1.8.1
БПК-13	Проектировать и администрировать компьютерные базы данных	1.8.2
БПК-14	Осуществлять бизнес-анализ предметной области и разрабатывать прототипы информационных систем	1.8.3
БПК-15	Осуществлять весь комплекс маркетинга в интернете	1.9.1
БПК-16	Разрабатывать и осуществлять стратегии и планы поискового продвижения на базе веб-аналитики	1.9.2
БПК-17	Осуществлять прикладной статистический анализ на макро- и микроуровне экономических процессов и явлений	1.10.1
БПК-18	Проводить весь комплекс маркетинговых исследований	1.10.2
БПК-19	Разрабатывать эффективную ценовую политику	1.10.3
БПК-20	Осуществлять глубокий анализ текущей и прогнозной маркетинговой ситуации	1.10.4
БПК-21	Анализировать поведение потребителей и разрабатывать адекватные и эффективные маркетинговые стимулы	1.10.5
СК-1	Применять маркетинговые понятия и категории (предмет, цели и задачи маркетинга, окружающая среда маркетинга, потребители и их потребности, рынок и методы его анализа, комплекс маркетинга, товарная, ценовая и распределительная политики, политика продвижения программного продукта), основные инструменты маркетинга для возможности их коммерциализации	2.1.3
СК-2	Анализировать современные политические процессы, определять уровень и степень интеграции политических институтов в жизнь общества, пользуясь знаниями особенностей взаимодействия личности и государства, как в глобальном измерении, так и в Республике Беларусь	2.1.3
СК-3	Получать, хранить и обрабатывать графическую информацию с помощью программных средств компьютерной графики, ориентированных на современные информационные технологии	2.2.1
СК-4	Обеспечивать безопасность информации с учетом способов ее представления и модели нарушителя	2.2.2
СК-5	Оформлять объекты интеллектуальной собственности, вводить их в гражданский оборот	2.2.3
СК-6	Владеть методами и способами контроля параметров, стандартизации и сертификации программных средств и компьютерных систем	2.2.4
СК-7	Владеть основными концепциями и моделями микроэкономики	2.3.1
СК-8	Владеть основными концепциями и моделями макроэкономики	2.3.2
СК-9	Анализировать эффективность деятельности организации	2.3.3
СК-10	Разрабатывать товарную политику и осуществлять эффективный бренд-менеджмент	2.4.1
СК-11	Разрабатывать эффективные стратегии и планы маркетинговых коммуникаций	2.4.2
СК-12	Использовать компьютерные сети и технологии при решении профессиональных задач	2.5.1
СК-13	Проектировать информационные системы прикладного характера	2.5.2
СК-14	Разрабатывать распределенные информационные системы	2.5.3
СК-15	Осуществлять анализ данных с использованием современных компьютерных технологий	2.5.4
СК-16	Владеть общими принципами учета и контроллинга, анализировать эффективность бизнес-процессов организации	2.6.1
СК-17	Осуществлять моделирование маркетинговых ситуаций для принятия обоснованных управленческих решений	2.6.2
СК-18	Осуществлять анализ и разрабатывать стратегии управления финансовым состоянием организации	2.6.3

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
СК-19	Проектировать каналы доставки товаров и услуг до целевых клиентов	2.7.1
СК-20	Управлять командами разработчиков для реализации целей проекта	2.7.1
СК-21	Осуществлять эффективные продажи, деловые переговоры и презентации	2.7.2
СК-22	Осуществлять маркетинг на рынке программных продуктов и ИТ-услуг	2.8.1
СК-23	Осуществлять продвижение организации в социальных сетях, использовать контекстную и таргетированную рекламу	2.8.1
СК-24	Осуществлять маркетинг в промышленности, торговле и сфере услуг с учетом специфики этих секторов экономики	2.8.2
СК-25	Создавать тексты продающей направленности	2.8.2
СК-26	Осуществлять маркетинговую деятельность, нацеленную на формирование и укрепление конкурентной позиции организации/товара на мировых рынках	2.8.3
СК-27	Проектировать и создавать интернет-магазины	2.8.3
СК-28	Разрабатывать программные решения для решения задач алгоритмического маркетинга	2.8.4
СК-29	Разрабатывать стратегии вовлечения и удержания потребителей с использованием мобильных приложений	2.8.4
СК-30	Разрабатывать стратегии коммерциализации инновационной продукции	2.9.1
СК-31	Создавать концепцию и бизнес-модели проектов в сфере социального предпринимательства	2.9.2
СК-32	Анализировать и управлять социальными коммуникациями для достижения стратегических целей организации	2.9.2
СК-33	Разрабатывать стратегии цифровой трансформации бизнеса и оценивать цифровую зрелость организации	2.9.3
СК-34	Владеть основными понятиями концепции нейроэкономики и нейромаркетинга и использовать их прикладной инструментарий	2.9.3
СК-35	Планировать, организовывать, мотивировать и контролировать работу организации, команды или проектную деятельность	2.9.4
СК-36	Использовать в профессиональной деятельности правовые нормы	2.9.5
СК-37	Пользоваться знаниями основных нормативных правовых актов законодательства в сфере противодействия коррупции, уметь вырабатывать и реализовывать меры по предупреждению коррупции	3.2

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг».

**Примечания:**

<sup>1</sup>При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности учебная дисциплина «Основы управления интеллектуальной собственностью» планируется в качестве дисциплины компонента учреждения высшего образования или дисциплины по выбору.

**СОГЛАСОВАНО**

Первый заместитель Министра промышленности Республики Беларусь

\_\_\_\_\_ м.п. \_\_\_\_\_ 2021

Председатель УМО по образованию в области информатики и радиоэлектроники

\_\_\_\_\_ В.А.Богуш  
\_\_\_\_\_ м.п. \_\_\_\_\_ 2021

Председатель НМС по прикладным информационным системам и технологиям

\_\_\_\_\_ О.И.Лаврова  
\_\_\_\_\_ 2021

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по образованию в области информатики и радиоэлектроники

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2021

**СОГЛАСОВАНО**

Начальник Главного управления профессионального образования Министерства образования Республики Беларусь

\_\_\_\_\_ С.А.Касперович  
\_\_\_\_\_ 2021

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

\_\_\_\_\_ И.В.Титович  
\_\_\_\_\_ м.п. \_\_\_\_\_ 2021

Эксперт-нормоконтролер

\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_ 2021