

№ 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		120	54	26		28																120	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, 6, БПК-13	
2.	Компонент учреждения образования	10	18	3792	1674	774	112	676	112	366	158	10	394	174	11	372	192	10	216	90	6	552	246	15	868	396	22	1024	418	30			104		
2.1	Социально-гуманитарный модуль 2																																		
2.1.1	Политология	1		108	54	24		30		108	54	3																					3	УК-11	
2.1.2	Социология		2ДЗ	72	36	16		20					72	36	2																		2	УК-12	
2.1.3	Логика		3ДЗ	72	36	18		18								72	36	2															2	УК-13	
2.1.4	Этика бизнеса/ Культура информационного общества		3ДЗ	72	36	18		18								72	36	2															2	УК-14/ УК-15	
2.2	Модуль "Организация и обеспечение бизнеса"																																		
2.2.1	Менеджмент и предпринимательство		1ДЗ	130	52	26		26		130	52	4																					4	СК-1	
2.2.2	Основы управления интеллектуальной собственностью ¹		2	94	34	22		12					94	34	3																		3	СК-2	
2.3	Модуль "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности"																																		
2.3.1	Маркетинг услуг	5		120	68	34		34													120	68	3										3	СК-3	
2.3.2	Межфирменный маркетинг/ Маркетинг в промышленности	6		228	102	50		52																228	102	6							6	СК-4/ СК-5	
2.3.3	Маркетинг некоммерческих организаций		6	120	54	26		28																120	54	3							3	СК-6	
2.3.4	Курсовая работа по модулю "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности"			40																				40		1							1	СК-3-6, УК-1	
2.4	Модуль "Маркетинговый инструментарий"																																		
2.4.1	Ценообразование	4		216	90	42	12	36													216	90	6										6	СК-7	
2.4.2	Функционально-стоимостный анализ		5	216	86	46		40															216	86	6								6	СК-8	
2.5	Модуль "Управление товарным портфелем"																																		
2.5.1	Управление качеством		2	120	52	22		30					120	52	3																		3	СК-9	
2.5.2	Управление товаром	3		120	68	30		38								120	68	3															3	СК-10	

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

С.А.Касперович

2022

СОГЛАСОВАНО

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

И.В.Титович

2022

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. Государственный экзамен по специальности 2. Защита дипломной работы в ГЭК
Ознакомительная	2	2	3	Аналитическая	4	2	3	8	10	15	
				Организационно-экономическая	6	4	6				
				Преддипломная	8	10	15				

VIII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
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, 2.7.2.8.2
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	1.1.2
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	1.10.2, 2.6.1, 2.9, 2.11.3
УК-7	Обладать способностью анализировать процессы государственного строительства в разные исторические периоды, выявлять факторы и механизмы исторических изменений, определять социально-политическое значение исторических событий (личностей, артефактов и символов) для формирования современной белорусской государственности, в совершенстве использовать выявленные закономерности в процессе формирования гражданской идентичности	1.1.1
УК-8	Обладать современной культурой мышления, гуманистическим мировоззрением, аналитическим и инновационно-критическим стилем познавательной, социально-практической и коммуникативной деятельности, использовать основы философских знаний в непосредственной профессиональной деятельности, самостоятельно усваивать философские знания и выстраивать на их основании мировоззренческую позицию	1.1.2
УК-9	Использовать языковой материал в профессиональной области на белорусском языке	2.13.2
УК-10	Обладать способностью формулировать собственные мировоззренческие принципы на основе подвига белорусского народа и исторических уроков Великой Отечественной войны, сохранять и приумножать историческую память о роли Советского союза и его народов в Победе над германским нацизмом, транслировать новым поколениям историческую правду и нормы поведения, ценности и традиции, выработанные белорусским народом в период преодоления трагических событий Великой Отечественной войны	2.12.2
УК-11	Обладать способностью анализировать политические события, процессы, отношения, владеть культурой политического мышления и поведения, использовать основы политологических знаний для формирования культуры осознанного и рационального политического выбора, утверждения социально ориентированных ценностей	2.1.1
УК-12	Обладать способностью анализировать происходящие в обществе процессы, осуществлять их социологическую диагностику, прогнозировать, упреждать или минимизировать последствия кризисных явлений в различных сферах жизнедеятельности	2.1.2
УК-13	Применять формы, приемы, методы и законы интеллектуальной познавательной деятельности, логично и аргументированно обосновывать свою позицию	2.1.3
УК-14	Понимать и использовать принципы этического регулирования отношений в бизнесе, выстраивать конструктивные отношения в коллективе, разрабатывать нормы делового общения	2.1.4
УК-15	Понимать закономерности формирования культурно-творческих характеристик личности, образа мысли и деятельности человека в информационном обществе	2.1.4
УК-16	Владеть навыками здоровьесбережения	2.13.1
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

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь
С.А.Касперович
2022

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической работе Государственного учреждения образования
"Республиканский институт высшей школы"
И.В.Титович
2022

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
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	1.8
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 в профессиональной деятельности, 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	Организовывать и проводить маркетинговые исследования и аналитику рыночных данных с учетом методологии маркетинговых исследований	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	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	2.13.4
СК-1	Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной структуры управления предприятием, владеть современными техниками принятия управленческих решений, оценивать эффективность управления и конкурентоспособность организации	2.2.1
СК-2	Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности, методы выявления объектов интеллектуальной собственности	2.2.2
СК-3	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-4	Разрабатывать стратегические и тактические планы межфирменного маркетинга, выявлять его результативность и экономический эффект, анализировать с учетом фактора инфляции основные показатели управления межфирменным маркетингом	2.3.2, 2.3.4
СК-5	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	2.3.2, 2.3.4
СК-6	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-7	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	2.4.1
СК-8	Применять методологию функционально-стоимостного анализа, осуществлять анализ затрат и оценку уровня значимости функций объекта анализа, определять соответствие затрат функциям объекта	2.4.2
СК-9	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-10	Формулировать цели и задачи управления товаром в организациях разных сфер и отраслей деятельности, реализовывать технологию категорийного менеджмента, разрабатывать оптимальный товарный портфель организации, развивать и управлять товарными брендами	2.5.2
СК-11	Планировать и реализовывать мероприятия интернет-маркетинга, создавать качественный контент на сайтах, в социальных сетях и для интернет-СМИ, проводить исследования рынка и тестировать гипотезы в среде Internet, использовать Web-аналитику в целях развития и управления брендом	2.6.1
СК-12	Реализовывать методологию управления клиентским опытом и маркетингом взаимоотношений, пользоваться инструментами повышения лояльности и вовлеченности клиентов, управлять партнерскими отношениями с клиентами	2.6.2
СК-13	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-14	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-15	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	2.8.1
СК-16	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-17	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
Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины

СК-18	Использовать иностранный язык в качестве инструмента профессиональной деятельности, применять базовые методы и приемы различных типов устной и письменной коммуникации на иностранном языке для решения профессиональных задач	2.8.4
СК-19	Планировать реализацию проектов с использованием современных средств цифрового моделирования и производства в промышленности, инновационном бизнесе и стартапах, использовать программное обеспечение для 3D моделирования	2.9
СК-20	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	2.10.1
СК-21	Понимать сущность финансовой политики государства, принципы финансового планирования, содержание и функции финансов организаций реального сектора экономики для определения конкретных мер регулирования финансовой деятельности	2.10.2
СК-22	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	2.10.2
СК-23	Определять логистическую миссию и анализировать логистическую среду организации, применять методы управления материальными, финансовыми и информационными потоками, оценивать эффективность инвестиций в развитие логистической системы предприятия	2.11.1
СК-24	Применять основы инфографики и визуализации данных, работать с программами и онлайн-сервисами визуализации данных при решении профессиональных задач	2.11.2
СК-25	Оформлять первичные учетные документы, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов, проводить анализ хозяйственной деятельности	2.11.3
СК-26	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	2.11.3
СК-27	Применять знания основных актов законодательства в сфере противодействия коррупции для выработки и реализации мер по ее предупреждению	2.13.3

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 6-05-0412-04 "Маркетинг".

¹При составлении учебного плана учреждения образования по специальности учебная дисциплина "Основы управления интеллектуальной собственностью" планируется в качестве дисциплины компонента учреждения образования.

СОГЛАСОВАНО

Первый заместитель Министра промышленности
Республики Беларусь

_____ А.С.Огородников
М.П.
_____ 2022

Председатель УМО по экономическому образованию

_____ А.В.Егоров
М.П.
_____ 2022

Председатель НМС по маркетингу, логистике и рекламной деятельности

_____ В.С. Протасеня
_____ 2022

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по экономическому образованию

Протокол № 1 от 05.09.2022

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.А.Касперович
_____ 2022

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

_____ И.В.Титович
М.П.
_____ 2022

Эксперт-нормоконтролер

_____ Т.А.Богомья
_____ 2022