

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

УТВЕРЖДАЮ  
Первый заместитель  
Министра образования  
Республики Беларусь

Специальность: 6-05-0412-04 Маркетинг  
Профилизация: Международный маркетинг

Квалификация:  
Маркетолог. Экономист  
Степень: Бакалавр

Срок обучения: 4 года



М.П.

2022

Регистрационный №

I. График образовательного процесса

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

КУРСЫ	сентябрь				октябрь				ноябрь				декабрь				январь				февраль				март				апрель				май				июнь				июль				август				Теоретическое обучение	Экзаменационные сессии	Учебные практики	Производственные практики	Дипломное проектирование	Итоговая аттестация	Каникулы	Всего																
	1	8	15	22	6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	5	12	19	26	2	9	16	23	2	9	16	23	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	6	13	20	27	3	10	17	24																								
I																	18	:	:	:	=	=															17	:	:	:	:	:	:	:	O	O	=	=	=	=	=	=	35	7	2				8	52												
II																	18	:	:	:	=	=															17	:	:	:	:	:	:	:	X	X	=	=	=	=	=	=	35	7		2			8	52												
III																	18	:	:	:	=	=															17	:	:	:	:	:	:	:	X	X	X	X	=	=	=	=	35	7	4				6	52												
IV													16	:	:	:	:	:	:	:	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	16	3		10	10	3	2	44
														121	24	2	16	10	3	24	200																																																			

Обозначения: □ – теоретическое обучение    O – учебная практика    / – дипломное проектирование    = – каникулы  
 : – экзаменационная сессия    X – производственная практика    // – итоговая аттестация

III. План образовательного процесса

№ 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.	<b>Государственный компонент</b>	17	8	3536	1620	710	166	534	210	668	348	18	660	292	18	686	268	19	874	392	22	528	266	14	120	54	3									94	
1.1	<b>Социально-гуманитарный модуль 1</b>																																				
1.1.1	История белорусской государственности	1		108	54	34			20	108	54	3																							3	УК-7	
1.1.2	Философия	1		108	54	28			26	108	54	3																							3	УК-4, 8	
1.2	Иностранный язык	2	1	324	150			150		108	68	3	216	82	6																				9	УК-3	
1.3	Информационные технологии	2	1	310	132	44	88			108	52	3	202	80	6																				9	УК-2	
1.4	<b>Математический модуль</b>																																				БПК-1
1.4.1	Высшая математика	2	1, 3	328	148	74		74		114	52	3	120	62	3	94	34	3																	9		
1.4.2	Теория вероятностей	3		120	58	28		30							120	58	3																		3		
1.5	<b>Модуль "Статистика и эконометрика"</b>																																				
1.5.1	Статистика	4		216	86	42		44								216	86	6																	6	БПК-2	
1.5.2	Эконометрика	5		120	68	34	18	16													120	68	3											3	БПК-3		
1.6	<b>Модуль "Экономика 1"</b>																																				
1.6.1	Экономическая теория	1		122	68	34			34	122	68	3																							3	БПК-4	
1.6.2	Микроэкономика	2		122	68	34			34				122	68	3																				3	БПК-5	
1.7	<b>Модуль "Экономика 2"</b>																																				
1.7.1	Макроэкономика	3		216	86	44			42						216	86	6																		6	БПК-6	

№ 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, 17 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	<b>Национальная экономика Беларуси</b>	4		122	64	32			32										122	64	3													3	БПК-8	
1.9	<b>Модуль "Маркетинг"</b>																																			
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	<b>Модуль "Технологии маркетинга"</b>																																			
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.	<b>Компонент учреждения образования</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>3792</b>	<b>1674</b>	<b>774</b>	<b>112</b>	<b>676</b>	<b>112</b>	<b>366</b>	<b>158</b>	<b>10</b>	<b>394</b>	<b>174</b>	<b>11</b>	<b>372</b>	<b>192</b>	<b>10</b>	<b>216</b>	<b>90</b>	<b>6</b>	<b>552</b>	<b>246</b>	<b>15</b>	<b>868</b>	<b>396</b>	<b>22</b>	<b>1024</b>	<b>418</b>	<b>30</b>				<b>104</b>		
2.1	<b>Социально-гуманитарный модуль 2</b>																																			
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	<b>Модуль "Организация и обеспечение бизнеса"</b>																																			
2.2.1	Менеджмент и предпринимательство		1ДЗ	130	52	26			26	130	52	4																							4	СК-1
2.2.2	Основы управления интеллектуальной собственностью <sup>1</sup>		2	94	34	22		12					94	34	3																				3	СК-2
2.3	<b>Модуль "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности"</b>																																			
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	<b>Модуль "Маркетинговый инструментарий"</b>																																			
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	<b>Модуль "Управление товарным портфелем"</b>																																			
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																											3	СК-10

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования  
Министерства образования Республики Беларусь

С.А.Касперович

22.11.2022



Методическая работа Государственного учреждения образования

Институт высшей школы"

И.В.Титович

22.11.2022

*Handwritten signature*

продолжение примерного учебного плана по специальности 6-05-0412-04 "Маркетинг", регистрационный № *6-05-04-007/пр.*

№ 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
<b>2.6</b>	<b>Модуль "Прикладной маркетинг"</b>																																		
2.6.1	Интернет-маркетинг		6	120	68	32	24	12														120	68	3							3	СК-11, УК-6			
2.6.2	Управление клиентским опытом		6	120	54	26		28														120	54	3							3	СК-12, УК-5			
2.6.3	Маркетинг инноваций	6	5	228	108	50	16	42												108	44	3	120	64	3						6	СК-13, УК-5			
<b>2.7</b>	<b>Модуль "Управление международным маркетингом"</b>																															СК-14, УК-1,5			
2.7.1	Управление международным маркетингом	7		202	76	36		40																		202	76	6			6				
2.7.2	Курсовая работа по дисциплине "Управление международным маркетингом"			40																						40		1			1				
<b>2.8</b>	<b>Модуль "Мультинациональный маркетинг"</b>																																		
2.8.1	Межкультурные коммуникации	7		202	76	36		40																		202	76	6			6	СК-15, УК-5			
2.8.2	Поведение потребителей на внешних рынках	7		202	76	36		40																		202	76	6			6	СК-16, УК-1			
2.8.3	Ценовая политика на внешних рынках	7		104	66	34		32																		104	66	3			3	СК-17			
2.8.4	Профессионально ориентированный иностранный язык	7		166	72			72																		166	72	5			5	СК-18			
<b>2.9</b>	<b>Технологии цифрового производства</b>	1		128	52	26	26		128	52	3																				3	СК-19, УК-6			
<b>2.10</b>	<b>Модуль "Управление финансами и рисками в бизнесе"</b>																																		
2.10.1	Управление хозяйственными рисками		2	108	52	26		26			108	52	3																		3	СК-20			
2.10.2	Финансы/ Налоги и налогообложение		3	108	52	28		24			108	52	3																		3	СК-21/ СК-22			
<b>2.11</b>	<b>Модуль "Эффективное управление организацией"</b>																																		
2.11.1	Логистика		5	108	48	24		24											108	48	3										3	СК-23			
2.11.2	Деловая инфографика		6	120	54	20	34															120	54	3							3	СК-24			
2.11.3	Бухгалтерский учет и анализ/ Бухгалтерский учет и аудит		7	108	52	26		26																	108	52	3				3	СК-25, УК-6/ СК-26, УК-6			
<b>2.12</b>	<b>Факультативные дисциплины</b>			/106	/106	/26		/70	/10	/36	/36								/36	/36		/34	/34												
2.12.1	Физическая культура			/70	/70			/70											/36	/36		/34	/34												
2.12.2	Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)		/1	/36	/36	/26		/10	/36	/36																						УК-10			
<b>2.13</b>	<b>Дополнительные виды обучения</b>			/566	/486	/58	/8	/410	/10	/174	/140	/128	/102	/72	/72		/122	/102	/36	/36		/34	/34												
2.13.1	Физическая культура		/1-6	/350	/350			/350		/72	/72	/68	/68	/72	/72		/68	/68	/36	/36		/34	/34									УК-16			
2.13.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		/2	/60	/34			/34				/60	/34																			УК-9			
2.13.3	Противодействие коррупции		/4	/54	/34	/24		/10								/54	/34															СК-27			
2.13.4	Безопасность жизнедеятельности человека		/1	/102	/68	/34	/8	/26		/102	/68																					БПК-14			
Количество часов учебных занятий				<b>7328</b>	<b>3294</b>	<b>1484</b>	<b>278</b>	<b>1210</b>	<b>322</b>	<b>1034</b>	<b>506</b>	<b>28</b>	<b>1054</b>	<b>466</b>	<b>29</b>	<b>1058</b>	<b>460</b>	<b>29</b>	<b>1090</b>	<b>482</b>	<b>28</b>	<b>1080</b>	<b>512</b>	<b>29</b>	<b>988</b>	<b>450</b>	<b>25</b>	<b>1024</b>	<b>418</b>	<b>30</b>		<b>198</b>			
Количество часов учебных занятий в неделю										28		27		26		28		28		26		26		26											
Количество курсовых работ				4												1		1					1				1								
Количество экзаменов				27						5		4		3		4		5		3			3		3										
Количество зачетов				26						4		4		5		3		3		4			3		4		3								

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	
Ознакомительная	2	2	3	Аналитическая	4	2	3	8	10	15	1. Государственный экзамен по специальности 2. Защита дипломной работы в ГЭК
				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	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 и 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

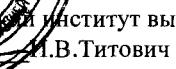
 С.А.Касперович

22.11.2022



Методической работе Государственного учреждения образования

«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 Интернет, 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".

'При 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.

02.11.2022

Председатель УМО по экономическому образованию

И.В.Титович

Председатель НМС по маркетингу, логистике и рекламной деятельности

В.С. Протасеня

05.09.2022

**СОГЛАСОВАНО**

Начальник Главного управления профессионального образования  
Министерства образования Республики Беларусь

С.А.Касперович

22.11.2022

Председатель по научно-методической работе

учреждения образования "Республиканский институт высшей школы"

И.В.Титович

М.П.  
2022

ОКОНЧИТЕЛЬНЫЙ КОНТРОЛЕР

Т.А.Богомья

07.10.2022

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по экономическому образованию

Протокол № 1 от 05.09.2022

Информация об изменениях размещается на сайтах:  
<http://www.edustandart.by>  
<http://www.nihe.bsu.by>