



**VII. Матрица компетенций**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код модуля, учебной дисциплины</b>
УК-1	Быть способным применять методы научного познания (анализ, сопоставление, систематизация, абстрагирование, моделирование, проверка достоверности данных, принятие решений и др.) в самостоятельной исследовательской деятельности, генерировать и реализовывать инновационные идеи	1.3, 1.4
УК-2	Самостоятельно изучать новые методы экономического проектирования, исследований, организации производства	1.2, 1.4, 2.2
УК-3	Проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, разрешать проблемные ситуации на основе инновационного подхода	2.3.1.1, 2.3.2.2
УК-4	Использовать фундаментальные экономические знания в профессиональной деятельности	1.1.1, 1.1.2, 2.1.2
УК-5	Быть способным осуществлять педагогическую деятельность в учреждениях образования, осваивать и внедрять эффективные образовательные и информационно-коммуникационные технологии, педагогические инновации	3.1
УК-6	Владеть методологией научного познания, быть способным анализировать и оценивать содержание и уровень философско-методологических проблем при решении задач научно-исследовательской и инновационной деятельности	4.1
УК-7	Владеть иностранным языком для коммуникации в междисциплинарной и научной среде, в различных формах международного сотрудничества, научно-исследовательской и инновационной деятельности	4.2
УК-8	Обладать навыками использования современных информационных технологий для решения научно-исследовательских и инновационных задач	4.3
УПК-1	Быть способным анализировать поведение хозяйствующих субъектов в условиях различных типов рыночных структур, исследовать и разрабатывать рыночную стратегию организации, оценивать последствия государственной микроэкономической политики	1.1.1
УПК-2	Уметь анализировать особенности макроэкономической политики при различных исходных условиях функционирования экономики, разрабатывать мероприятия макроэкономической политики	1.1.2
УПК-3	Быть способным обосновывать роль и значимость маркетинга в развитии общества, знать его социальное и экономическое значение	1.2
УПК-4	Быть способным применять методы и инструменты маркетинга применительно к инновационным проектам, генерировать и продвигать новые идеи, применять их для коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности	1.3
УПК-5	Быть способным осуществлять анализ данных для решения экономических, управленческих, научно-исследовательских задач	1.5
СК-1	Квалифицированно проводить научные исследования в сфере сервиса инновационных продуктов и внедрять в производственно-торговый процесс инновационные маркетинговые проекты	2.1.1
СК-2	Иметь навыки маркетингового анализа инновационных процессов и создаваемых продуктов предприятий и организаций для эффективного решения научно-исследовательских, экономико-социальных, управленческих задач	2.1.2
СК-3	Обосновывать выбор каналов сбыта инновационных товаров и услуг, формировать портфель заказов на инновационную продукцию и оценивать эффективность продаж инноваций	2.1.3
СК-4	Уметь формировать, обрабатывать и анализировать базы данных для решения практических бизнес-задач в условиях неопределенности	2.2
СК-5	Применять психотехнологии при продвижении и формировании имиджа инновационного продукта, ведении переговоров с его потребителями	2.3.1.1
СК-6	Уметь проводить маркетинговые исследования, прогнозировать поведение покупателей и разрабатывать стратегии маркетинга с учетом особенностей рынка высоких технологий	2.3.1.2
СК-7	Уметь внедрять системы управления взаимоотношениями с клиентами, инструменты и методы веб-маркетинга, продвижения продукции и услуг в социальных сетях в деятельности инновационного предприятия, использовать поисковую оптимизацию веб-сайтов для привлечения потребителей инновационных продуктов	2.3.1.3
СК-8	Уметь анализировать особенности реализации маркетинга взаимоотношений, быть способным успешно их использовать в практической деятельности предприятий и организаций	2.3.2.1
СК-9	Быть способным анализировать и создавать информационные базы данных и использовать их в процессе обоснования и принятия маркетинговых решений	2.3.2.2
СК-10	Знать специфические особенности маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности и успешно их использовать на практике	2.3.2.3

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 1-25 80 05 "Маркетинг".

В рамках специальности 1-25 80 05 "Маркетинг" могут быть реализованы следующие профилизации: Маркетинг в бизнесе, Международный маркетинг, Маркетинг инновационного предприятия и др.

<sup>1</sup> Общеобразовательные дисциплины "Философия и методология науки", "Иностранный язык", "Основы информационных технологий" изучаются по выбору магистранта. Изучение общеобразовательных дисциплин "Философия и методология науки" и "Иностранный язык" завершается сдачей кандидатского экзамена, общеобразовательной дисциплины "Основы информационных технологий" - кандидатского зачета.

**СОГЛАСОВАНО**

Первый заместитель директора по научной работе Государственного научного учреждения "Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь"

\_\_\_\_\_ Л.С.Боровик

М.П.

2019 г.

Председатель УМО по экономическому образованию

\_\_\_\_\_ В.Н.Шимов

М.П.

2019 г.

Председатель НМС по маркетингу и логистике

\_\_\_\_\_ А.А.Цыганков

2019 г.

**СОГЛАСОВАНО**

Начальник Главного управления профессионального образования Министерства образования Республики Беларусь

\_\_\_\_\_ С.А.Касперович

2019 г.

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

\_\_\_\_\_ И.В.Титович

М.П.

2019 г.

Эксперт-нормоконтролер

\_\_\_\_\_ Е.В.Венгурова

2019 г.

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО

Протокол № 2 от 18.03.2019 г.