ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ

Специальность 1-26 02 06 Рекламная деятельность

Квалификация Специалист по рекламе

ВЫШЭЙШАЯ АДУКАЦЫЯ
ПЕРШАЯ СТУПЕНЬ

Спецыяльнасць 1-26 02 06 Рэкламная дзейнасць

Кваліфікацыя Спецыяліст па рэкламе

HIGHER EDUCATION
FIRST STAGE

Speciality 1-26 02 06 Advertising Activities

Qualification Advertising specialist

Министерство образования Республики Беларусь
Минск

УДК 378.633(476)

Ключевые слова: высшее образование, первая ступень, реклама, специалист по рекламе, квалификационная характеристика, компетенции, образовательная программа, типовой учебный план по специальности, учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине, обеспечение качества, итоговая государственная аттестация, качество высшего образования, зачетная единица, знания, умения, навыки, способности, требования

Предисловие

РАЗРАБОТАН Учреждением образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ постановлением Министерства образования Республики Беларусь от _____2016 г. №_____.

Настоящий образовательный стандарт не может быть тиражирован и распространен без разрешения Министерства образования Республики Беларусь

Издан на русском языке

Содержание

1 Область применения 4
2 Нормативные ссылки 4
3 Основные термины и определения 5
4 Общие положения 5
4.1 Общая характеристика специальности 5
4.2 Требования к уровню образования лиц, поступающих для получения высшего образования I ступени 5
4.3 Общие цели подготовки специалиста 5
4.4 Формы получения высшего образования I ступени 6
4.5 Сроки получения высшего образования I ступени 6
5 Характеристика профессиональной деятельности специалиста 6
5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста 6
5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста 7
5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста 7
5.4 Задачи профессиональной деятельности специалиста 7
5.5 Возможности продолжения образования специалиста 7
6 Требования к компетентности специалиста 7
6.1 Состав компетенций 7
6.2 Требования к академическим компетенциям специалиста 8
6.3 Требования к социально-личностным компетенциям специалиста 8
6.4 Требования к профессиональным компетенциям специалиста 8
7 Требования к учебно-программной документации 9
7.1 Состав учебно-программной документации 9
7.2 Требования к разработке учебно-программной документации 9
7.3 Требования к составлению графика образовательного процесса 10
7.4 Требования к структуре типового учебного плана по специальности 10
7.5 Требования к обязательному минимуму содержания учебных программ и компетенциям по учебным дисциплинам 13
7.6 Требования к содержанию и организации практик 24
8 Требования к организации образовательного процесса 25
8.1 Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса 25
8.2 Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса 25
8.3 Требования к научно-методическому обеспечению образовательного процесса 25
8.4 Требования к организации самостоятельной работы студентов 26
8.5 Требования к организации идеологической и воспитательной работы 26
8.6 Общие требования к формам и средствам диагностики компетенций 26
9 Требования к итоговой аттестации 27
9.1 Общие требования 27
9.2 Требования к государственному экзамену 28
9.3 Требования к дипломной работе 28
Приложение Библиография 29

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ. ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ
Специальность 1-26 02 06 Рекламная деятельность
Квалификация Специалист по рекламе

ВЫШЭЙШАЯ АДУКАЦЫЯ. ПЕРШАЯ СТУПЕНЬ
Спецыяльнасць 1-26 02 06 Рэкламная дзейнасць
Кваліфікацыя Спецыяліст па рэкламе

HIGHER EDUCATION. FIRST STAGE
Speciality 1-26 02 06 Advertising Activities
Qualification Advertising specialist

Дата введения

1 Область применения

Стандарт применяется при разработке учебно-программной документации образовательной программы высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием, и образовательной программы высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» (далее, если не установлено иное – образовательные программы по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность»), учебно-методической документации, учебных изданий, информационно-аналитических материалов.

Стандарт обязателен для применения во всех учреждениях высшего образования Республики Беларусь, осуществляющих подготовку по образовательным программам по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность».

2 Нормативные ссылки

В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на следующие правовые акты:

СТБ 22.0.1-96 Система стандартов в сфере образования. Основные положения (далее – СТБ 22.0.1-96)

СТБ ИСО 9000-2006 Система менеджмента качества. Основные положения и словарь (далее – СТБ ИСО 9000-2006)

ОКРБ 011-2009 Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Специальности и квалификации» (далее – ОКРБ 011-2009)

ОКРБ 005-2011 Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Виды экономической деятельности» (далее – ОКРБ 005-2011)

Кодекс Республики Беларусь об образовании (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011, № 13, 2/1795) (далее – Кодекс Республики Беларусь об образовании)

3 Основные термины и определения

В настоящем образовательном стандарте применяются термины, определенные в Кодексе Республики Беларусь об образовании, а также следующие термины с соответствующими определениями:

Зачетная единица – числовой способ выражения трудоемкости учебной работы студента, основанный на достижении результатов обучения.

Квалификация – знания, умения и навыки, необходимые для той или иной профессии на рынках труда, подтвержденные документом об образовании (СТБ 22.0.1-96).

Компетентность – выраженная способность применять свои знания и умения (СТБ ИСО 9000-2006).

Компетенция – знания, умения, опыт и личностные качества, необходимые для решения теоретических и практических задач.

Обеспечение качества – скоординированная деятельность по руководству и управлению организацией, направленная на создание уверенности, что требования к качеству будут выполнены (СТБ ИСО 9000-2006).

Специальность – вид профессиональной деятельности, требующий определенных знаний, навыков и компетенций, приобретаемых путем обучения и практического опыта (ОКРБ 011-2009).

Рекламная деятельность – область управленческой деятельности, связанная с установлением, поддержанием и развитием отношений по поводу привлечения внимания, формирования интереса к объекту рекламирования и продвижение его на рынке и включающая проектирование, производство и распространение рекламы.

Специалист по рекламе – профессиональная квалификация специалиста с высшим образованием в области рекламы.

4 Общие положения

4.1 Общая характеристика специальности

Специальность 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» в соответствии с ОКРБ 011-2009 относится к профилю образования Е «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и организация производства», направлению образования 26 «Управление» и обеспечивает получение квалификации «Специалист по рекламе».

4.2 Требования к уровню образования лиц, поступающих для получения высшего образования I ступени

4.2.1 На все формы получения высшего образования могут поступать лица, которые имеют общее среднее образование или профессионально-техническое образование с общим средним образованием либо среднее специальное образование, подтвержденное соответствующим документом об образовании.

4.2.2 Прием лиц для получения высшего образования I ступени осуществляется в соответствии с пунктом 9 статьи 57 Кодекса Республики Беларусь об образовании.

4.3 Общие цели подготовки специалиста

Общие цели подготовки специалиста:

– формирование и развитие социально-профессиональной, практико-ориентированной компетентности, позволяющей сочетать академические, социально-личностные, профессиональные компетенции для решения задач в сфере профессиональной и социальной деятельности;

– формирование профессиональных компетенций для работы в области производства и распространения рекламы;

– выработка и развитие инновационного стиля мышления, ориентированного на решение рекламных, информационных и пропагандистских задач в условиях динамично меняющейся конъюнктуры рынка;

4.4 Формы получения высшего образования I ступени

Обучение по специальности предусматривает следующие формы: очная (дневная, вечерняя), заочная (в т.ч. дистанционная).

4.5 Сроки получения высшего образования I ступени

Срок получения высшего образования в дневной форме получения образования по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» составляет 4 года.

Срок получения высшего образования в вечерней форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования в заочной форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования в дистанционной форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» лицами, обучающимися по образовательной программе высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, может быть сокращен учреждением высшего образования при условии соблюдения требований настоящего образовательного стандарта.

Срок обучения по образовательной программе высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, в вечерней и заочной (в т.ч. дистанционной) форме может увеличиваться на 0,5 – 1 год относительно срока обучения по данной образовательной программе в дневной форме.

5 Характеристика профессиональной деятельности специалиста

5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста

Основными сферами профессиональной деятельности специалиста являются:

- Секция A Сельское, лесное и рыбное хозяйство.
- Секция B Горнодобывающая промышленность.
- Секция C Обрабатывающая промышленность.
- Секция Д Снабжение электроэнергией, газом, паром, горячей водой и кондиционированным воздухом.
- Секция E Водоснабжение, сбор, обработка и удаление отходов, деятельность по ликвидации загрязнений.
- Секция F Строительство.
- Секция G Оптовая и розничная торговля, ремонт автомобилей и мотоциклов.
- Секция H Транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность.
- Секция I Услуги по временному проживанию и питанию.
- Секция J Информация и связь.
- Секция K Финансовая и страховая деятельность.
- Секция L Операции с недвижимым имуществом.
- Секция M Профессиональная, научная и техническая деятельность.
- Секция N Деятельность в сфере административных и вспомогательных услуг.
- Секция O Государственное управление.
- Секция P Образование.
- Секция Q Здравоохранение и социальные услуги.
- Секция R Творчество, спорт, развлечение и отдых.
- Секция S Предоставление прочих видов услуг.

- Секция T Деятельность частных домашних хозяйств, нанимающих домашнюю прислугу и производящих товары и услуги для собственного потребления.
- Секция U Деятельность экстерриториальных организаций и органов.

5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста

Объектами профессиональной деятельности специалиста являются отношения, возникающие при разработке и реализации стратегии деятельности организации (предприятия) на рынке, выполнении организационно-управленческой, расчетно-проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, исследовательской, научной и других видов деятельности в области рекламы.

5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста

Специалист должен быть компетентен в следующих видах деятельности:

– организационно-управленческой;
– рекламно-информационной;
– информационно-аналитической;
– расчетно-проектной;
– коммуникационной;
– инновационной.

5.4 Задачи профессиональной деятельности специалиста

Специалист должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

- постановка управленческих задач в рекламной деятельности;
- использование современного инструментария обоснования принимаемых решений в области рекламы и других форм продвижения товаров, услуг и организаций на рынке;
- проведение рекламных исследований;
- использование маркетинговой концепции в управлении организациями-рекламодателями и рекламными организациями;
- обеспечение информационного сопровождения продаж товаров и услуг на внутреннем и внешних рынках;
- эффективное управление ресурсами в рекламной деятельности;
- оценка результатов и прогнозирование параметров рекламной деятельности;
- обеспечение экономической и коммуникативной эффективности коммерческой рекламы, а также ее социальной направленности;
- адаптация инновационных технологий к процессам разработки и распространения рекламы.

5.5 Возможности продолжения образования специалиста

Специалист может продолжить образование на II ступени высшего образования (в магистратуре) в соответствии с рекомендациями ОКРБ 011-2009.

6 Требования к компетентности специалиста

6.1 Состав компетенций специалиста

Освоение образовательных программ по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» должно обеспечить формирование следующих групп компетенций:

академических компетенций, включающих знания и умения по изученным учебным дисциплинам, умение учиться;

социально-личностных компетенций, включающих культурно-ценностные ориентации, знание идеологических, нравственных ценностей общества и государства и умение следовать им;

профессиональных компетенций, включающих способность решать задачи, разрабатывать планы и обеспечивать их выполнение в избранной сфере профессиональной деятельности.

6.2 Требования к академическим компетенциям специалиста

Специалист должен:

– АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

– АК-2. Владеть инструментарием системного, сравнительного и функционально-стоимостного анализа.

– АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

– АК-4. Уметь работать самостоятельно.

– АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).

– АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

– АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

– АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

– АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

6.3 Требования к социально-личностным компетенциям специалиста

Специалист должен:

– СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

– СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

– СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

– СЛК-4. Владеть навыками здоровьесбережения.

– СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

– СЛК-6. Уметь работать в команде.

6.4 Требования к профессиональным компетенциям специалиста

Специалист должен быть способен:

Организационно-управленческая деятельность:

– ПК-1. Работать с юридической литературой и трудовым законодательством.

– ПК-2. Организовывать работу малых коллективов для достижения поставленных целей.

– ПК-3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

– ПК-4.Анализировать и оценивать собранные данные.

– ПК-5. Вести переговоры, разрабатывать договоры (контракты) с другими заинтересованными участниками экономических отношений, в том числе и с зарубежными.

– ПК-6. Готовить доклады, материалы к презентациям.

– ПК-7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.

– ПК-8. Владеть современными средствами коммуникаций.

Рекламно-информационная деятельность:

– ПК-9. Организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

– ПК-10. Разрабатывать стратегические и тактические планы рекламы, медиапланы.

– ПК-11. Организовывать проведение рекламных кампаний, игр и акций.

– ПК-12. Определять экономическую и социальную эффективность рекламных мероприятий.

– ПК-13. Применять на практике навыки создания рекламных текстов, их литературного редактирования и копирайтинга.

– **Информационно-аналитическая деятельность:**

– ПК-14. Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, оценивать ее экономический потенциал, сильные и слабые стороны.

– ПК-15. Осуществлять информационное обеспечение рекламных мероприятий.

– ПК-16. Изучать поведение покупателей и потребителей.

– ПК-17. Осуществлять анализ рекламной деятельности организации.

Расчетно-проектная деятельность:

– ПК-18. Собирать и анализировать исходную информацию для проведения проектной деятельности в области рекламы и коммуникаций.

– ПК-19. Подготавливать проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, договор).

– ПК-20. Разрабатывать предложения по формированию рекламных коммуникаций.

– ПК-21.Владеть методами и навыками реализации рекламных проектов.

Рекламно-коммуникационная деятельность:

– ПК-22. Разрабатывать и осуществлять рекламно-коммуникационные кампании и мероприятия.

– ПК-23. Формировать рекламно-коммуникационную инфраструктуру организации.

– ПК-24. Разрабатывать внутреннюю и внешнюю коммуникационную политику организации.

– ПК-25. Использовать комплекс рекламных коммуникаций для формирования спроса и стимулирования продаж.

Инновационная деятельность:

– ПК-26. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.

– ПК-27. Определять цели инноваций и способы их достижения.

– ПК-28. Работать с научной, технической и патентной литературой.

7 Требования к учебно-программной документации

7.1. Состав учебно-программной документации

Образовательные программы по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность», включают следующую учебно-программную документацию:

– типовой учебный план по специальности;

– учебный план учреждения высшего образования по специальности (специализации);

– типовые учебные программы по учебным дисциплинам;

– учебные программы учреждения высшего образования по учебным дисциплинам;

– программы практик.

7.2. Требования к разработке учебно-программной документации

7.2.1 Максимальный объем учебной нагрузки студента не должен превышать 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной работы.

7.2.2 Объем обязательных аудиторных занятий, определяемый учреждением высшего образования с учетом специальности, специфики организации образовательного процесса, оснащения учебно-лабораторной базы, информационного, научно-методического обеспечения, устанавливается в пределах 24-32 часа в неделю.

7.2.3 В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, включается время, предусмотренное на подготовку к экзамену (экзаменам) по учебной дисциплине.

7.3 Требования к составлению графика образовательного процесса

7.3.1 Примерное количество недель по видам деятельности для дневной формы получения высшего образования определяется в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1

Виды деятельности, устанавливаемые в учебном плане	4 года	
	Количество недель	Количество часов
Теоретическое обучение	123	6642
Экзаменационные сессии	24	1296
Практика	16	864
Дипломное проектирование	8	432
Итоговая аттестация	4	216
Каникулы	24	-
Итого	199	9450

7.3.2 При разработке учебного плана учреждения высшего образования по специальности (специализации) учреждение высшего образования имеет право вносить изменения в график образовательного процесса при условии соблюдения требований к содержанию образовательной программы, указанных в настоящем образовательном стандарте.

7.3.3 При заочной форме получения высшего образования студенту должна быть обеспечена возможность учебных занятий с лицами из числа профессорско-преподавательского состава в объеме не менее 200 часов в год.

7.4 Требования к структуре типового учебного плана по специальности

7.4.1 Типовой учебный план по специальности разрабатывается в соответствии со структурой, приведенной в таблице 2 образовательного стандарта.

Таблица 2

№ п/п	Наименование циклов дисциплин, учебных дисциплин и видов деятельности студента	Объем работы (в часах)			Зачетные единицы	Коды формируемых компетенций
		Всего	из них			
			аудиторные занятия	самостоятельная работа		
1	2	3	4	5	6	7
1	**Цикл социально-гуманитарных дисциплин**	**468**	**230**	**238**	**13**	
	Государственный компонент[1]	***324***	***162***	***162***	***9***	
1.1	Философия	144	76	68	4	АК-1,3,6; СЛК-1,6
1.2	Политология	72	34	38	2	АК-1,3,6; СЛК-1,6
1.3	История	72	34	38	2	АК-1,3,6; СЛК-1
1.4	Социология	36	18	18	1	АК-1,2,6; СЛК-1,2,5
	Компонент учреждения высшего образования	***144***	***68***	***76***	***4***	АК-1,2,3,6; СЛК-1,2,5,6

[1]Обязательные модули изучаются в соответствии с образовательным стандартом высшего образования «Высшее образование. Первая ступень. Цикл социально-гуманитарных дисциплин».

1	2	3	4	5	6	7
2	**Цикл общенаучных и общепрофессиональных дисциплин**	**2282**	**1242**	**1040**	**57,5**	
	Государственный компонент	***1394***	***740***	***654***	***35,5***	
2.1	Высшая математика	396	206	190	10	АК-2,3; ПК-4
2.2	Иностранный язык	284	150	134	7	АК-3,4,8; СЛК-2-3; ПК-3,6,7,8
2.3	Безопасность жизнедеятельности человека	102	68	34	2,5	АК-3,4,8; СЛК-1-4
2.4	Экономическая теория	152	76	76	4	АК-1-3
2.5	Экономика природопользования	110	52	58	3	ПК-1,2
2.6	Компьютерные информационные технологии	350	188	162	8	АК-2-4,7,9; СЛК-2,3,6; ПК-4,7,8,26
	Компонент учреждения высшего образования[2]	***888***	***502***	***386***	***22***	АК-2,3,7-9; СЛК-1-3; ПК-2,4,6-8
3	**Цикл специальных дисциплин**	**3616**	**2086**	**1530**	**93**	
	Государственный компонент	***2374***	***1358***	***1016***	***59,5***	
3.1	Микроэкономика	116	68	48	3	АК-1-3; ПК-2,6,7
3.2	Макроэкономика	148	86	62	4	АК1-3; ПК-28
3.3	Международная экономика	110	52	58	3	ПК-8
3.4	Национальная экономика Беларуси	136	72	64	3	ПК-1,4
3.5	Статистика	172	102	70	4	АК-1-4,7; ПК-2,4
3.6	Эконометрика и экономико-математические методы и модели	144	72	72	3,5	АК-2,4,7; ПК-2
3.7	Теория рекламы	530	328	202	13,5	АК-1-4,6; СЛК-2,3,6; ПК-2-4,7,9-24,28
3.8	Исследования в рекламной деятельности	254	126	128	6,5	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-2-4,6,14-18,20,26
3.9	Инновации и креатив в рекламе	162	108	54	4	АК-1-6; СЛК-2,3,6; ПК 2-4, 6, 13, 18,20,22,26-28
3.10	Управление рекламной деятельностью	164	102	62	4	АК-1-8; СЛК-1-3,6; ПК-1-26
3.11	Технологии производства рекламной продукции	164	102	62	4	АК-1-8; СЛК-2,3,6; ПК-2-3,5-9, 12,13,15,18-21,26
3.12	Интегрированные коммуникации	274	140	134	7	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК1-14,16-26

[2] В рамках компонента учреждения высшего образования планируется изучение учебной дисциплины «Белорусский язык (профессиональная лексика)»

1	2	3	4	5	6	7
	Компонент учреждения высшего образования	***1242***	***728***	***514***	***33,5***	АК-1-9; ПК-1-3,6,9-25
4	**Выполнение курсовых работ**	***160***		***160***	***4***	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-14,16-26
5	**Факультативные дисциплины[3]**	**112**	**112**			ПК-1,26,28
6	**Экзаменационные сессии**	**1296**		**1296**	**30,5**	АК-1-4,6,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-14,16-28
7	**Всего**	**7934**	**3670**	**4264**	**198**	
8	**Практика (16 недель)**	**864**		**864**	**24**	
8.1	Ознакомительная (учебная) практика, 2 недели	108		108	3	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-4,6-8
8.2	Организационно-технологическая практика, 2 недели	108		108	3	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-4,6-8,14-17, 26
8.3	Экономическая (производственная) практика, 4 недели	216		216	6	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК1-4,6-8,11-17, 19,25-26
8.4	Преддипломная практика, 8 недель	432		432	12	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-26
9	**Дипломная работа**	**432**		**432**	**12**	АК-1-8; ПК-1-26
10	**Итоговая аттестация**	**216**		**216**	**6**	АК-8; СЛК-2,3; ПК-1-26
11	**Дополнительные виды обучения**	**420**	**420**			
11.1	Физическая культура	/420	/420			СЛК-4,6

7.4.2 На основании типового учебного плана по специальности разрабатывается учебный план учреждения высшего образования по специальности (специализации), в котором учреждение высшего образования имеет право изменять количество часов, отводимых на освоение учебных дисциплин, в пределах 15 %, а объемы циклов дисциплин – в пределах 10 % без превышения максимального недельного объема нагрузки студента и при сохранении требований к содержанию образовательной программы, указанных в настоящем образовательном стандарте.

7.4.3 При разработке учебного плана учреждения высшего образования по специальности (специализации) рекомендуется предусматривать учебные дисциплины по выбору студента, количество учебных часов на которые составляет до 50 % от количества учебных часов, отводимых на компонент учреждения высшего образования.

[3]При составлении учебных планов учреждениями высшего образования учебная дисциплина «Основы управления интеллектуальной собственностью» планируется в качестве дисциплины компонента учреждения высшего образования, дисциплины по выбору или факультативной дисциплины

7.4.4 Перечень компетенций, формируемых при изучении учебных дисциплин компонента учреждения высшего образования, дополняется учреждением высшего образования в учебных программах.

7.4.5 Одна зачетная единица соответствует 36–40 академическим часам.

Сумма зачетных единиц при получении высшего образования в дневной форме должна быть равной 60 за 1 год обучения. Сумма зачетных единиц за весь период обучения при получении высшего образования в заочной (в т.ч. дистанционной) форме должна быть равной сумме зачетных единиц за весь период обучения при получении высшего образования в дневной форме.

7.4.6 Учреждения высшего образования имеют право переводить до 40% предусмотренных типовым учебным планом по специальности аудиторных занятий в управляемую самостоятельную работу студента.

7.5 Требования к обязательному минимуму содержания учебных программ и компетенциям по учебным дисциплинам

7.5.1 Проектируемые результаты освоения учебной программы по учебной дисциплине государственного компонента каждого цикла представляются в виде обязательного минимума содержания и требований к знаниям, умениям и владениям.

7.5.2 Цикл социально-гуманитарных дисциплин устанавливается в соответствии с образовательным стандартом «Высшее образование. Первая ступень. Цикл социально-гуманитарных дисциплин», включающим обязательный минимум содержания и требования к компетенциям, и с учетом Концепции оптимизации содержания, структуры и объема социально-гуманитарных дисциплин в учреждениях высшего образования.

7.5.3 Цикл общенаучных и общепрофессиональных дисциплин

Высшая математика

Раздел I. Линейная алгебра, аналитическая геометрия и математический анализ.

Раздел II. Теория вероятностей и математическая статистика.

Раздел III. Математическое программирование.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- методы матричной алгебры и аналитической геометрии, математический аппарат функций одной и многих переменных, основы дифференциальных уравнений, числовые и степенные ряды;
- основные понятия и теоремы теории вероятностей, законы распределения случайных величин, методы обработки и анализа статистических данных;
- методы решения задач на экстремум.

уметь:

- решать задачи матричной алгебры, аналитической геометрии и математического анализа, анализировать задачи с экономическим содержанием;
- применять вероятностные и статистические методы для решения экономических задач;
- исследовать оптимизационные задачи методами математического программирования с использованием компьютерных технологий.

владеть:

- методикой применения методов матричной алгебры, аналитической геометрии, дифференциального и интегрального исчисления, теории вероятностей и математической статистики при решении математических и экономических задач.

Иностранный язык

Фонетика. Орфография. Грамматика. Общеупотребительная и терминологическая лексика специальности. Чтение и обсуждение текстов социокультурной, страноведческой и профессиональной тематики. Реферирование и аннотирование профессионально ориентированных текстов. Аудирование. Устная деловая коммуникация. Деловая корреспонденция.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- особенности системы изучаемого иностранного языка в его фонетическом, лексическом и грамматическом аспектах;
- социокультурные нормы бытового и делового общения, а также правила речевого этикета для эффективного использования иностранного языка в современном поликультурном мире;

уметь:

- вести общение социокультурного и профессионального характера на изучаемом иностранном языке;
- читать и понимать содержание профессионально ориентированных текстов различных жанров;
- понимать на слух аутентичную иноязычную речь в типичных ситуациях социокультурного и профессионального общения;
- письменно выражать свои коммуникативные намерения в форме разножанровых речевых произведений (аннотации, реферата, тезисов, делового и частного письма);

владеть:

- навыками диалогического и монологического говорения на иностранном языке в типичных ситуациях социокультурного и профессионального общения;
- всеми видами чтения;
- навыками восприятия на слух иноязычной речи;
- навыками реферирования и аннотирования профессионально ориентированных и общенаучных текстов;
- навыками ведения деловой корреспонденции на иностранном языке.

Безопасность жизнедеятельности человека

Система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций в Республике Беларусь. Воздействие чрезвычайных ситуаций (ЧС) на экономику. Классификация чрезвычайных ситуаций. Мониторинг, прогнозирование, оценка и предупреждение ЧС. Оценка экономического ущерба от воздействия поражающих факторов ЧС. Способы выживания и защиты населения в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени. Психология выживания в ЧС. Устойчивость экономики в ЧС. Действие объекта экономики по ликвидации ЧС. Источники радиационной опасности. Свойства, способы обнаружения и измерения радиоактивных излучений. Оценка радиационной опасности, способы радиационной защиты. Катастрофа на Чернобыльской АЭС и её последствия. Радиационный контроль местности.

Социально-экономическое значение охраны труда. Правовые и организационные основы охраны труда. Управление охраной труда. Основы гигиены труда и производственной санитарии. Несчастные случаи на производстве и профессиональные заболевания. Основы технической безопасности. Основы электробезопасности. Основы пожарной безопасности. Организация работ по охране труда. Организация охраны труда на рабочем месте. Оценка экономической эффективности трудоохранных мероприятий.

Основные виды способы получения, преобразования и использования энергии. Традиционная энергетика, возобновляемые источники энергии, вторичные энергетические ресурсы, перспективы их использования в Республике Беларусь. Основные направления энергосбережения в нашей стране. Экономический, технологический, экологический

аспекты энергосбережения. Перспективы и ориентиры энергосбережения. Государственный механизм и программы в области энергосбережения. Энергетическая политика промышленно-развитых стран, опыт и проблемы.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- системы мониторинга, методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и мероприятия по их предупреждению;
- способы выживания человека и концептуальные основы функционирования экономики в условиях чрезвычайных ситуаций;
- структуру, задачи, функции государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций и системы гражданской обороны;
- основы радиационной безопасности человека и его выживания в условиях радиоактивного загрязнения;
- возможные последствия для экономики страны чрезвычайных ситуаций, характерных для Республики Беларусь;
- теоретические основы гигиены труда, техники безопасности и пожарной безопасности;
- основополагающие законодательные и нормативные технические акты в области охраны труда и их применение;
- принципы нормирования и профилактики вредных и опасных производственных факторов;
- эргономические требования к организации рабочих мест руководителей и специалистов;
- приоритетные направления энергосбережения в различных сферах общественного производства;
- технические средства контроля и рационального использования энергетических ресурсов;

уметь:

- пользоваться методиками прогнозирования и оценки обстановки в ЧС;
- работать с приборами дозиметрического, химического и экологического контроля, а также с другим оборудованием, используемым в сети наблюдения и лабораторного контроля;
- правильно действовать в условиях чрезвычайных ситуаций и принимать соответствующие решения;
- соблюдать требования безопасности на рабочем месте, организовать работу по охране труда в структурных подразделениях;
- осуществлять контроль за соблюдением правил охраны труда и пожарной безопасности на рабочих местах, в структурных подразделениях и в процессе трудовой деятельности;
- составлять локальные нормативные правовые акты по охране труда (положения об обязанностях должностных лиц, инструкции по охране труда, программы инструктажей и др.);
- проводить расследование и учет производственных несчастных случаев и профессиональных заболеваний;
- использовать принципы энергосбережение в своей практической деятельности;
- осуществлять нормирование и учет расхода энергоресурсов на производстве;
- проводить технико-экономическую оценку энергосберегающих мероприятий.

владеть:

- навыками выполнения мероприятий по предупреждению чрезвычайных ситуаций;
- навыками выживания в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени;
- навыками выполнения мероприятий по обеспечению безопасности функционирования объектов экономики в техногенных, природных, экологических и биолого-социальных чрезвычайных ситуациях;

- навыками применения средств коллективной и индивидуальной защиты от вредных и опасных производственных факторов, первичных средств пожаротушения;
- современными приемами управления энергоэффективностью и энергосбережением;
- основными приемами осуществления энергетического анализа и аудита, энергетического менеджмента на производстве.

Экономическая теория

Предмет экономической теории. Потребности и ресурсы. Проблема выбора в экономике. Рыночная экономика и ее модели. Спрос, предложение и рыночное равновесие. Эластичность спроса и предложения. Основы поведения субъектов рыночной экономики. Основные макроэкономические показатели. Денежный рынок. Финансовый сектор экономики. Общее макроэкономическое равновесие. Макроэкономическая нестабильность. Современные тенденции развития мировой экономики. Платежный баланс. Валютный курс.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- мотивы поведения потребителей и товаропроизводителей;
- механизмы функционирования денежно-кредитной и финансовой систем;
- особенности протекания экономических процессов в Республике Беларусь;

уметь:

- анализировать и систематизировать экономическую информацию;
- применять полученные знания при принятии производственных решений в будущей профессиональной деятельности;
- компетентно излагать и обосновывать свою точку зрения при обсуждении экономических проблем;

владеть:

- базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач;
- навыками анализа источников информации для проведения экономических расчетов.

Экономика природопользования

Теоретические основы экономики природопользования. Эколого-экономические проблемы использования и охраны природных ресурсов. Институциональные механизмы регулирования природопользования. Экономическая оценка природопользования. Экономический механизм охраны окружающей среды и природопользования. Экономическое обоснование природоохранных затрат. Международное сотрудничество в природоохранной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные закономерности, принципы и механизм природопользования;
- методы определения базовых эколого-экономических показателей, необходимых для принятия оптимальных хозяйственных и природоохранных решений;
- инструментарий экономического стимулирования природоохранной и ресурсосберегающей деятельности;

уметь:

- осуществлять эколого-экономический анализ и рассчитывать экономические показатели антропогенного воздействия на окружающую среду;
- рассчитывать показатели экономического ущерба от загрязнения и истощения окружающей среды, показатели социально-экономической эффективности экологических издержек;
- проводить экономическую оценку природно-ресурсного потенциала территорий;

владеть:

- методологией формирования и реализации эколого-сбалансированной политики для принятия хозяйственных решений на различных уровнях управления национальной экономикой;
- методами экономической оценки природных ресурсов и оценки экономического ущерба от загрязнения и истощения окружающей среды.

Компьютерные информационные технологии

Основные понятия компьютерных информационных технологий (КИТ). Техническое обеспечение КИТ. Сетевые информационные технологии. Системное и прикладное программное обеспечение (ПО). Системы программирования. Организация экономической информации. Модели данных. Проектирование базы данных (БД). Системы управления базами данных (СУБД). Введение в язык SQL. Системы обработки многопользовательских БД. Администрирование БД. Базы знаний и модели представления знаний. Основные понятия корпоративных информационных систем (КИС). Информационные ресурсы КИС. Техническое и программное обеспечение КИС. Системы искусственного интеллекта. Безопасность КИС. Проектирование КИС.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- базовые понятия КИТ; функциональные элементы компьютеров и компьютерных сетей; назначение и состав системного и прикладного ПО; основы программирования в среде офисных приложений на языке VBA;
- понятие БД и подходы к проектированию БД; функциональные возможности СУБД и языка SQL; системы обработки многопользовательских БД; функции администратора БД; понятие базы знаний и модели представления знаний;
- принципы организации КИС в предметной области; стандарты в области КИС; технологии моделирования бизнес-процессов; понятие реинжиниринга бизнес-процессов; основные методы и средства защиты информации в КИС;

уметь:

- определять конфигурацию персонального компьютера; использовать сервисы сети Internet при решении профессиональных задач; разрабатывать и публиковать Web-страницы; разрабатывать макросы и модули на языке VBA;
- проектировать БД; работать с базами знаний в экспертных системах;
- работать в системах искусственного интеллекта; моделировать бизнес-процессы; формулировать задание на проектирование КИС; решать экономические задачи средствами КИС.

владеть:

- навыками создания текстовых, табличных, графических документов и динамических презентаций;
- технологиями создания БД и их приложений.

7.5.4 Цикл специальных дисциплин

Микроэкономика

Введение в микроэкономику. Теория поведения потребителя. Теория производства. Рыночное поведение конкурентных фирм. Чистая монополия. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Ценообразование на рынках производственных ресурсов. Рынок труда. Рынок капитала. Рынок земли. Общее равновесие и общественное благосостояние. Теория внешних эффектов. Информация, неопределенность и риск в экономике. Общественные блага. Теория общественного выбора.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основы поведения потребителей и производителей в рыночной экономике;

- механизмы ценообразования на товарных и ресурсных рынках;
- условия общего равновесия и экономической эффективности;
- направления, методы и границы государственной микроэкономической политики;

уметь:

- анализировать микроэкономические процессы, происходящие в Республике Беларусь и за рубежом;
- использовать теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора;
- аргументированно отстаивать свою точку зрения в дискуссиях по актуальным проблемам микроэкономики;

владеть:

- базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач;
- междисциплинарным подходом при решении микроэкономических проблем;
- методами оценки конкурентоспособности и экономической эффективности разрабатываемых технологий.

Макроэкономика

Макроэкономическое равновесие в классической модели. Макроэкономическое равновесие на товарном рынке в модели совокупных доходов и расходов. Одновременное макроэкономическое равновесие на товарном и денежном рынках. Бюджетно-налоговая политика. Денежно-кредитная политика. Совокупное предложение и кривая Филлипса. Стабилизационная политика. Экономический рост. Макроэкономическое равновесие и макроэкономическая политика в открытой экономике. Трансформационная экономика.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- механизмы функционирования национальной экономики в целом;
- основные инструменты макроэкономической политики;

уметь:

- анализировать макроэкономические процессы, происходящие в Республике Беларусь и за рубежом;
- использовать теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора;

владеть:

- базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач;
- междисциплинарным подходом при решении экономических проблем.

Международная экономика

Предмет курса и методология. Международная экономика: черты, этапы становления, структура и тенденции развития мировой экономики. Интеграционные процессы. Национальное и международное регулирование мирохозяйственных связей. Международная торговля и торговая политика. Международное движение капитала. Международная миграция рабочей силы. Платежный баланс. Мировая валютная система и валютный рынок. Республика Беларусь в международной экономике.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- предмет и методологию курса, содержание, этапы формирования теории мировой экономики и международных экономических отношений МЭО, структуру и тенденции развития мировой экономики;
- основные тенденции развития международных рынков товаров, услуг, капитала, рабочей силы;
- содержание, основные статьи платежного баланса;
- содержание международных валютных отношений и их составляющих;

уметь:

- оценивать процессы, происходящие в мировой экономике, определять тенденции и перспективы развития стран, групп стран, мировой экономики;
- оценивать процессы, идущие на мировых рынках: рынке товаров, рынке капиталов, рынке труда и мировом валютном рынке;
- использовать формы и методы, инструменты государственного и наднационального регулирования международных экономических отношений;
- анализировать состояние мирохозяйственных связей для принятия управленческих решений;

владеть:

- базовыми научно-теоретическими знаниями для решения практических задач;
- исследовательскими навыками для анализа современных тенденций развития рынков товаров, услуг, капитала, финансовых инструментов, рабочей силы;
- системным и сравнительным анализом для интерпретации динамики основных экономических показателей и оценки их влияния на процессы, происходящие в международной экономике.

Национальная экономика Беларуси

Научные основы национальной экономики. Основные макроэкономические показатели и пропорции национальной экономики. Понятие и состав совокупного экономического потенциала страны. Экономический рост. Хозяйственные комплексы национальной экономической системы. Региональная структура национальной экономики. Проблемы перехода от централизованно планируемой к рыночной экономике. Перспективная модель национальной экономики Беларуси. Экономическая роль государства в Республике Беларусь. Экономика Беларуси в системе мирохозяйственных связей.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- основные теории и концепции формирования перспективной модели национальной экономики, цели, содержание и специфику государственного регулирования экономики в условиях перехода к устойчивому развитию;
- национальную экономику Республики Беларусь как социально-экономическую систему в ее воспроизводственном, отраслевом, технологическом и региональном структурных разрезах, характерные черты белорусской модели социально-экономического развития;

уметь:

- выявлять, характеризовать и анализировать целостную систему национальной экономики, темпы роста производства, структуру экономики, внутренние и внешние факторы, влияющие на принятие макроэкономических решений, особенности развития национальной экономики на соответствующих исторических этапах, проблемы в системе национальной экономики в ее отдельных сферах и отраслях;

владеть:

- навыками составления отдельных разделов социально-экономических прогнозов в зависимости от уровня управления, а также организации контроля над их выполнением;
- методами оценки конкретных ситуаций и принятия решений о направлениях развития национальной экономики Республики Беларусь.

Статистика

Общая теория статистики: статистическое наблюдение; сводка и группировка статистических данных; статистические таблицы; система обобщающих абсолютных, относительных и средних статистических показателей; статистическое изучение

вариации; выборочное наблюдение; ряды динамики; индексный метод; статистическое изучение связи социально-экономических явлений.

Социально-экономическая статистика: классификация хозяйственных объектов; система национальных счетов, показатели производства товаров и услуг, образования, распределения и использования доходов, операций с капиталом; статистика национального богатства; статистика населения и трудовых ресурсов, эффективности функционирования экономики, уровня жизни населения.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- принципы и методы организации получения и обработки статистических данных;
- классификацию хозяйственных субъектов и операций рыночной экономики;
- концептуальные основы знаний о системе национального счетоводства по стандартной методологии ООН;

уметь:

- анализировать с помощью системы статистических показателей состояние и развитие общественных явлений;
- выявлять взаимосвязи и закономерности в развитии социально-экономических явлений;
- исчислять и анализировать макроэкономические показатели национальных счетов, населения и трудовых ресурсов, эффективности общественного производства и уровня жизни населения;

владеть:

- системным и сравнительным анализом;
- междисциплинарным подходом при решении экономических проблем;
- методами анализа статистических данных.

Эконометрика и экономико-математические методы и модели

Экономико-математические модели и методика их построения. Предмет эконометрики и область ее применения. Модели множественной линейной и нелинейной регрессии. Моделирование временных рядов. Системы эконометрических уравнений. Критерии оптимальности в экономико-математическом моделировании. Экономико-математические методы и модели оптимального планирования в промышленности. Экономико-математические методы и модели оптимального планирования в АПК. Экономико-математические методы и модели в сфере финансовой и кредитной деятельности организаций. Экономико-математические методы и модели во внешнеэкономической деятельности. Экономико-математические методы и модели в сфере услуг. Модели межотраслевого баланса.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основы эконометрического моделирования, анализа и прогнозирования;
- методы и модели межотраслевого баланса, оптимального программирования, теории массового обслуживания, теории игр, управления запасами, сетевого планирования и управления;
- современные пакеты прикладных программ по эконометрике и экономико-математическому моделированию;

уметь:

- проводить идентификацию эконометрических моделей;
- моделировать экономические ситуации, связанные с оптимизацией исследуемых процессов;
- решать экономические задачи эконометрическими и оптимизационными методами;

владеть:

- основными приемами обработки статистических данных;

- методами аналитического и численного решения эконометрических и экономико-математических задач.

Теория рекламы

Научный базис теории рекламы. Цели, задачи, принципы и функции рекламы. Типология и классификация рекламы и рекламных средств. Экономические основы рекламы. Маркетинговый базис рекламы. Классификация периодов эволюции рекламы с позиции исторического подхода и на основе характеристики смены способа производства в социуме. Опыт и проблемы развития современной рекламы. Цель, задачи и методология исследований и прогнозирования в рекламе. Методы обработки и анализа маркетинговой информации. Методы прогнозирования.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- цели, задачи, принципы и функции рекламы;
- экономические и маркетинговые основы рекламной деятельности;
- характеристику и основные тенденции развития рекламного процесса в определенном историческом периоде;
- методы исследований и прогнозирования, возможности их применения в рекламе;

уметь:

- использовать научный базис рекламы для решения практических задач;
- классифицировать рекламу и рекламные средства;
- оперировать основными веховыми датами в развитии рекламного процесса:
- составлять документы и базы данных для систематизации маркетинговой информации;

владеть:

- навыками семиотического и культурологического анализа рекламных текстов, символов и знаков;
- умением определять маркетинговую и экономическую составляющую в рекламном процессе;
- умением прогнозирования тенденций отечественного и зарубежного рекламного процесса на основании особенностей исторического развития рекламы различных стран;
- методами сбора информации, исследования и прогнозирования в рекламе.

Исследования в рекламной деятельности

Цели, задачи и методология рекламных исследований на предприятии. Виды и источники информации. Планирование, организация и проведение рекламных исследований. Качественные способы сбора рекламной информации. Выборочные методы исследования. Подготовка данных к анализу. Методы анализа рекламной информации. Подготовка отчета о результатах рекламного исследования.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- методы рекламных исследований и область их применения;
- методику разработки программы рекламных исследований;
- виды, источники и методы сбора первичной и вторичной информации;

уметь:

- использовать инструментарий рекламных исследований;
- составлять анкеты и формы для записи результатов наблюдения;
- осуществлять подготовку отчета о результатах проведенного рекламного исследования;

владеть:

- системным и сравнительным анализом;
- методами анализа статистических данных.

Инновации и креатив в рекламе

Сущность инновации в рекламе. Цели, задачи, функции и инструменты маркетинга инноваций. Технологии целенаправленного поиска инновационных идей. Управление ассортиментом (номенклатурой) инновационного продукта. Формирование цен инновационного продукта. Использование ресурсов сети Интернет для продвижения инновационного продукта. Проектирование системы продаж инновационного продукта.

Понятие творчества в рекламе. Реклама как объект творчества и инструмент продаж. Изобретательские задачи в рекламе. Креативные методы в рекламной деятельности. Классификация и характеристика креативных методов. Методы систематизированного поиска идей. Методы управляемого поиска идей. Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ) – как инструмент эффективного решения творческих задач в области рекламы и PR. Понятие «ресурса» самого клиента, фирмы, товара или услуги, ресурсы торговой марки, ресурсы смежных товаров и услуг.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- методы проектирования, разработки, создания, рыночной оценки и позиционирования инновационного продукта;
- формы и методы продвижения и продаж инновационного продукта;
- основные методологические направления теории творчества;
- креативные методы активации творческого мышления и специфику их использования в рекламной практике;

уметь:

- организовывать процесс генерации идей, принимать нестандартные решения, решать задачи творческого характера, используя методы управляемого поиска идей;
- повышать собственную творческую личностную активность;
- использовать креативные методы для создания различных видов рекламы;

владеть:

- навыками активации творческого мышления и генерации новых идей в рекламной отрасли;
- опытом решения нестандартных задач рекламных кампаний отечественных и зарубежных производителей;

Управление рекламной деятельностью

Особенности рекламной деятельности и их влияние на содержание управления. Использование концепции маркетинга в управлении рекламной деятельностью. Органы управления рекламной деятельностью у производителей товаров и услуг. Организационная структура управления рекламными агентствами. Организационная структура управления каналами распространения рекламы. Анализ и проектирование организационной структуры управления рекламной деятельностью. Планирование рекламы рекламодателями. Проектирование рекламных продуктов и планирование их производства собственными силами рекламодателей и специализированными рекламными организациями. Планирование распространения рекламы. Медиапланирование. Заключение договоров на производство и распространение рекламы. Материально-техническое обеспечение рекламной деятельности. Управление персоналом в рекламной деятельности. Управление затратами на рекламу. Рекламный бюджет и методы его разработки. Управление продажами рекламной продукции и услуг. Продвижение рекламной продукции и услуг на рынке. Анализ, контроль и оценка эффективности рекламной деятельности. Исследование результативности и эффективности рекламы.

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- общие, конкретные и специальные функции управления рекламной деятельностью;

- методы определения базовых экономических показателей, необходимых для принятия обоснованных управленческих решений в условиях высокой конкуренции на рекламном рынке;
- виды экономической деятельности и ресурсы, необходимые для проектирования, производства и распространения рекламы;
- инструментарий выявления экономической, коммуникативной и психологической эффективности рекламы;

уметь:

- разрабатывать стратегические и тактические планы рекламирования организаций, их продукции и услуг;
- осуществлять стратегическое и тактическое планирование маркетинга рекламных организаций;
- осуществлять оперативное управление рекламной деятельностью;
- составлять смету затрат на рекламу различными способами;
- анализировать и выявлять экономическую, коммуникативную и психологическую эффективность рекламы;

владеть:

- навыками расчета показателей, применяемых в практике управления рекламной деятельностью;
- методами предпланового, текущего и последующего анализа рекламной деятельности;
- навыками составления корпоративных планов рекламы, медиапланов, планов рекламных кампаний, игр и акций.

Технологии производства рекламной продукции

Рекламная деятельность как технологический процесс. Факторы и уровни технологического процесса производства рекламной продукции. Классификация рекламных сообщений, рекламных средств. Основные технологические приемы создания и распространения рекламных сообщений. Основы технологии производства рекламной продукции полиграфическим способом. Основы технологии производства рекламной продукции фотографическим способом. Основы технологии производства рекламной продукции на радио. Основы технологии производства телевизионной рекламной продукции. Основы технологии создания наружной рекламы и рекламы на транспорте. Основы технологии создания компьютеризированной рекламы. Основы графического дизайна. Основы компьютерной графики.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- важнейшие современные технологические способы производства рекламной продукции;
- основные технологические приемы создания и реализации рекламного продукта;
- основы графического дизайна и компьютерной графики;

уметь:

- разрабатывать рекламное сообщение, соответствующее особенностям рекламируемого товара и предпочтениям потребительской аудитории;
- выбирать эффективные технологические приёмы распространения рекламной продукции;
- анализировать графические образы и работать в графических редакторах;
- создавать рекламный макет на заданную тему с использованием программ графических редакторов, цифровой фотосъемки.

владеть:

- навыками оценки технико-экономической эффективности современных технологических способов производства рекламной продукции;
- основными принципами выбора средств распространения рекламы.

Интегрированные коммуникации

Теоретические основы коммуникаций: сущность, содержание. Виды и уровни коммуникаций. Система массовых коммуникаций. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. Принципы и способы реализации данной концепции. Направления интеграции коммуникаций: вертикальное, горизонтальное, инструментальное. Синергетический эффект и его проявление в системе коммуникаций. Коммуникационные характеристики рекламы. Связи с общественностью. Прямой маркетинг и стимулирование продаж. Личные продажи товаров. Выставочная деятельность. Фирменный стиль: создание и продвижение. Понятие брендинга и его разработка. Коммуникации в сети Интернет. Управление интегрированными коммуникациями.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- элементы системы массовых коммуникаций;
- инструментарий интегрированных коммуникаций;
- методы планирования, анализа и определения эффективности интегрированных коммуникаций.

уметь:

- интегрировать инструменты коммуникаций;
– составлять планы использования инструментов коммуникаций для продвижения организаций, их продукции и услуг на рынке;
- определять синергетический эффект коммуникаций.

владеть:

- современными приемами управления массовыми и межличностными коммуникациями:
- навыками разработки и осуществления интегрированных коммуникаций организации;
- навыками стратегического и тактического планирования интегрированных коммуникаций.

7.5.5 Содержание учебных дисциплин компонента учреждения высшего образования и учебных дисциплин цикла специализаций (при его наличии), а также требования к компетенциям по этим учебным дисциплинам устанавливаются учебными программами учреждения высшего образования по учебным дисциплинам на основе требований настоящего образовательного стандарта.

7.6 Требования к содержанию и организации практик

При прохождении практики формируются или развиваются компетенции, приведенные в таблице 2 настоящего образовательного стандарта.

7.6.1 Ознакомительная (учебная) практика

Ознакомительная практика должна быть нацелена на закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний по одной или группе изучаемых дисциплин, приобретение практических навыков самостоятельной работы, выработку умений применять их при решении конкретных экономических вопросов.

7.6.2 Организационно-технологическая (производственная) практика

Задачей организационно-технологической практики является приобретение студентами профессиональных навыков по специальности, закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении специальных дисциплин, а также привитие профессиональных навыков организаторской деятельности в условиях трудового коллектива

7.6.3 Экономическая (производственная) практика

Экономическая практика должна быть нацелена на закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний по изучаемым специальным дисциплинам, приобретение практических навыков проведения экономического анализа деятельности предприятия, выработку умений применять их при решении конкретных экономических вопросов..

7.6.4 Преддипломная (производственная) практика

Задачей преддипломной практики является освоение и закрепление знаний и умений студентов, полученных по всему курсу обучения, проверка возможностей будущего специалиста в условиях конкретного производства, подготовка материалов к дипломной работе.

Содержание всех видов практик определяется программами практик, которые разрабатываются выпускающими кафедрами в соответствии с настоящим образовательным стандартом.

8 Требования к организации образовательного процесса

8.1 Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса

Педагогические кадры учреждения высшего образования должны:

иметь высшее образование, соответствующее профилю преподаваемых учебных дисциплин и, как правило, соответствующую научную квалификацию (ученую степень и (или) ученое звание);

– заниматься научной и (или) научно-методической деятельностью;

– не реже одного раза в 5 лет проходить повышение квалификации;

– владеть современными образовательными, в том числе информационными технологиями, необходимыми для организации образовательного процесса на должном уровне;

– обладать личностными качествами и компетенциями, позволяющими эффективно организовывать учебную и воспитательную работу со студентами.

8.2. Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса

Учреждение высшего образования должно располагать:

– материально-технической базой, необходимой для организации образовательного процесса, самостоятельной работы и развития личности студента (слушателя);

– средствами обучения, необходимыми для реализации образовательных программ по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» (приборы, оборудование, инструменты, учебно-наглядные пособия, компьютеры, компьютерные сети, аудиовизуальные средства и иные материальные объекты).

8.3. Требования к научно-методическому обеспечению образовательного процесса

Научно-методическое обеспечение образовательного процесса должно соответствовать следующим требованиям:

– учебные дисциплины должны быть обеспечены современной учебной, справочной, иной литературой, учебными программами, учебно-методической документацией, учебно-методическими, информационно-аналитическими материалами;

– должен быть обеспечен доступ для каждого студента к библиотечным фондам, электронным средствам обучения, электронным информационным ресурсам (локального доступа, удаленного доступа) по всем учебным дисциплинам.

Научно-методическое обеспечение должно быть ориентировано на разработку и

внедрение в образовательный процесс инновационных образовательных технологий, адекватных компетентностному подходу (вариативных моделей самостоятельной работы, модульных и рейтинговых систем обучения, тестовых и других систем оценивания уровня компетенций и т. п.).

8.4 Требования к организации самостоятельной работы студентов

Требования к организации самостоятельной работы устанавливаются законодательством Республики Беларусь.

8.5 Требования к организации идеологической и воспитательной работы

Требования к организации идеологической и воспитательной работы устанавливаются в соответствии с рекомендациями по организации идеологической и воспитательной работы в учреждениях высшего образования и программно-планирующей документацией воспитания.

8.6 Общие требования к формам и средствам диагностики компетенций

8.6.1 Конкретные формы и процедуры промежуточного контроля знаний обучающихся по каждой учебной дисциплине разрабатываются соответствующей кафедрой учреждения высшего образования и отражаются в учебных программах учреждения высшего образования по учебным дисциплинам.

8.6.2 Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным или конечным требованиям образовательной программы создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты, комплексные квалификационные задания, тематику курсовых работ и проектов, тематику рефератов, методические разработки по инновационным формам обучения и контроля за формированием компетенций, тематику и принципы составления эссе, формы анкет для проведения самооценки компетенций обучающихся и др. Фонды оценочных средств разрабатываются соответствующими кафедрами учреждения высшего образования.

Оценочными средствами должна предусматриваться оценка способности обучающихся к творческой деятельности, их готовность вести поиск решения новых задач, связанных с недостаточностью конкретных специальных знаний и отсутствием общепринятых алгоритмов.

8.6.3 Для диагностики компетенций используются следующие формы:

1. Устная форма.
2. Письменная форма.
3. Устно-письменная форма.
4. Техническая форма.

К устной форме диагностики компетенций относятся:

1. Собеседования.
2. Коллоквиумы
3. Доклады на семинарских занятиях.
4. Доклады на конференциях.
5. Устные зачеты.
6. Устные экзамены.
7. Оценивание на основе деловой игры.
8. Тесты действия.
9. Другие.

К письменной форме диагностики компетенций относятся:

1. Тесты.
2. Контрольные опросы.
3. Контрольные работы.
4. Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.

5. Письменные отчеты по лабораторным работам.
6. Эссе.
7. Рефераты.
8. Курсовые работы.
9. Отчеты по научно-исследовательской работе.
10. Публикации статей, докладов.
11. Заявки на изобретения и полезные модели.
12. Письменные зачеты.
13. Письменные экзамены.
14. Стандартизированные тесты.
15. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
16. Оценивание на основе кейс-метода.
17. Оценивание на основе метода развивающейся кооперации.
18. Оценивание на основе проектного метода
19. Оценивание на основе деловой игры.
20. Другие.

К письменно-устной форме диагностики компетенций относятся:

1. Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.
2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.
3. Отчеты по лабораторным работам с их устной защитой.
4. Курсовые работы с их устной защитой.
5. Зачеты.
6. Экзамены.
7. Защита дипломной работы.
8. Взаимное рецензирование студентами дипломных работ.
9. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
10. Оценивание на основе метода развивающейся кооперации.
11. Оценивание на основе проектного метода.
12. Оценивание на основе деловой игры.
13. Другие.

К технической форме диагностики компетенций относятся:

1. Электронные тесты.
2. Электронные практикумы.
3. Визуальные лабораторные работы.
4. Другие.

9 Требования к итоговой аттестации

9.1 Общие требования

9.1.1 Итоговая аттестация осуществляется государственной экзаменационной комиссией.

9.1.2 К итоговой аттестации допускаются студенты, полностью выполнившие учебный план и учебные программы.

9.1.3 Итоговая аттестация студентов при освоении образовательных программ по специальности 1-26 02 06 «Рекламная деятельность» проводится в форме государственного экзамена по специальности и защиты дипломной работы по специальности.

9.1.4 При подготовке к итоговой аттестации формируются или развиваются компетенции, приведенные в таблице 2 настоящего образовательного стандарта.

9.2 Требования к государственному экзамену

Государственный экзамен проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

Программа государственного экзамена по специальности и специализации разрабатывается учреждением высшего образования в соответствии с Правилами проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

9.3 Требования к дипломной работе

Требования к структуре, содержанию, объему и порядку защиты дипломной работы определяются учреждением высшего образования на основе настоящего образовательного стандарта и Правил проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

Приложение
(информационное**)**

Библиография

[1] Кодекс Республики Беларусь об образовании, 13 янв. 2011 г., № 243-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 13. – 2/1795.

[2] Общегосударственный классификатор Республики Беларусь. Специальности и квалификации: ОКРБ 011-2009. Введ. 01.07.09. – Минск: М-во образования Респ. Беларусь: РИВШ, 2009. – 418 с.

Руководители разработки стандарта

Ректор учреждения
высшего образования,
разработавшего стандарт _____ В.Н. Шимов

Руководитель коллектива
разработчиков _____ А.А. Цыганков

СОГЛАСОВАНО
Первый заместитель Министра образования
Республики Беларусь

_____В.А. Богуш

СОГЛАСОВАНО
Председатель Ассоциации
рекламных организаций
Республики Беларусь

_____И.В. Самкин

Эксперты:

Сопредседатель КНМС УМО в сфере высшего образования

_____ И.М. Жарский

Председатель УМО по экономическому образованию

_____ В.Н. Шимов