

№ 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
2.8.2	Поведение потребителей и покупателей	6		166	72	36	10	26													166	72	5										5	СК-14	
2.8.3	Мерчандайзинг		7	202	80	40		40																	202	80	6					6	СК-15		
2.9	Модуль "Реклама в Интернет"																																		
2.9.1	Таргетированная и контекстная реклама		7	100	50	18	32																			100	50	3					3	СК-16	
2.9.2	Реклама в социальных сетях		7	100	50	18	32																			100	50	3					3	СК-17	
2.10	Модуль "Маркетинг"																																		
2.10.1	Теория маркетинга	3		108	52	26		26					108	52	3																		3	СК-18	
2.10.2	Стратегический маркетинг		4	108	52	26	16	10								108	52	3															3	СК-19, УК-1	
2.11	Брендинг/ Брендменеджмент		7	202	80	40	20	20																		202	80	6					6	СК-20/ СК-21	
2.12	Модуль "Финансово-экономическая аналитика"																																		
2.12.1	Финансы/ Налоги и налогообложение		3	108	52	28		24					108	52	3																		3	СК-22/ СК-23	
2.12.2	Бухгалтерский учет и анализ/ Бухгалтерский учет и аудит		4	108	52	26		26								108	52	3															3	СК-24, УК-6/ СК-25, УК-6	
2.12.3	Ценообразование		5	108	52	26	12	14											108	52	3												3	СК-26	
3.	Факультативные дисциплины			/80	/80	/10		/70		/10	/10								/36	/36		/34	/34												
3.1	Физическая культура			/70	/70			/70											/36	/36		/34	/34												
3.2	Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)			/10	/10	/10				/10	/10																								
4.	Дополнительные виды обучения			/566	/486	/58	/8	/410	/10	/72	/72		/128	/102		/174	/140		/122	/102		/36	/36		/34	/34									
4.1	Физическая культура		/1-6	/350	/350			/350		/72	/72		/68	/68		/72	/72		/68	/68		/36	/36		/34	/34									УК-15
4.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		/2	/60	/34			/34					/60	/34																				УК-10	
4.3	Противодействие коррупции		/4	/54	/34	/24			/10									/54	/34															СК-27	
4.4	Безопасность жизнедеятельности человека		/3	/102	/68	/34	/8	/26					/102	/68																				БПК-15	
Количество часов учебных занятий				7188	3326	1586	458	954	328	1014	504	28	1070	484	29	1046	468	29	1050	476	28	996	506	27	986	466	27	1026	422	30			198		
Количество часов учебных занятий в неделю										28			28			26			28			28			27			26							
Количество курсовых работ				4												1			1						1			1							
Количество экзаменов				28						4			5			4			4						5			2							
Количество зачетов				25						6			3			5			3						1			4							
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	Организационно-технологическая		4	2	3	8		10		15		1. Государственный экзамен по специальности 2. Защита дипломной работы в ГЭК																			
					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, 1.9.4, 1.10.2, 2.5, 2.6, 2.10.2
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	1.1.4
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.11
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.11, 2.3.1, 2.5, 2.12.2
УК-7	Обладать гуманистическим мировоззрением, качествами гражданственности и патриотизма	1.1.2
УК-8	Обладать современной культурой мышления, уметь использовать основы философских знаний в профессиональной деятельности	1.1.3

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-9	Выявлять факторы и механизмы исторического развития, определять общественное значение исторических событий	1.1.1
УК-10	Использовать языковой материал в профессиональной области на белорусском языке	4.2
УК-11	Определять общие закономерности и локальные особенности эволюции экономических процессов и явлений, отраслей хозяйства и экономических институтов в странах с развитой рыночной системой и в Беларуси, выявлять потенциальные возможности использования отечественного и зарубежного историко-экономического опыта в практической деятельности	2.1.1
УК-12	Обладать научно обоснованным представлением об истоках формирования, развитии и современном статусе городского пространства, выявлять особенности воздействия исторически обусловленной городской среды на социально-экономические, административные, правовые, ментальные, культурные и иные аспекты жизнедеятельности	2.1.1
УК-13	Понимать и использовать принципы этического регулирования отношений в бизнесе, выстраивать конструктивные отношения в коллективе, разрабатывать нормы делового общения	2.1.2
УК-14	Понимать культурную обусловленность межличностной и деловой коммуникации, использовать в профессиональной деятельности знания о современных формах коммуникации, учитывать особенности поведения и мировоззрения представителей различных культур	2.1.2
УК-15	Владеть навыками здоровьесбережения	4.1
БПК-1	Использовать основные математические понятия и методы вычислений для анализа и моделирования экономических процессов	1.4
БПК-2	Оперировать основными понятиями и методами статистики, применять статистический инструментарий для количественной оценки массовых социально-экономических явлений и процессов, устанавливать статистические закономерности их развития	1.5.1
БПК-3	Применять понятия, методы эконометрики, эконометрические модели и инструменты для количественной оценки статистических зависимостей индикаторов социально-экономического развития	1.5.2
БПК-4	Понимать мотивы поведения субъектов рыночной экономики, особенности экономических процессов в Республике Беларусь и других странах, анализировать экономическую информацию, применять полученные теоретические знания в качестве методологической основы изучения прикладных экономических дисциплин	1.6.1
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 Республики Беларусь	1.8
БПК-9	Применять в профессиональной деятельности технологии и инструменты ретроспективного анализа развития рекламы	1.9.1, 1.9.4
БПК-10	Определять экономическую и социальную эффективность рекламных мероприятий, проводить маркетинговые исследования рынка рекламы	1.9.2, 1.9.4
БПК-11	Использовать закономерности протекания психологических познавательных процессов в рекламной практике и проводить психологическую экспертизу рекламы	1.9.3, 1.9.4
БПК-12	Использовать в рекламной деятельности методологию функционально-стоимостного анализа товаров и бизнес-процессов для оптимизации полезности и стоимости их функций	1.10.1
БПК-13	Организовывать и проводить рекламные исследования на предприятиях с учетом специфики современного развития маркетинговых исследований и рекламного рынка	1.10.2
БПК-14	Выделять особенности инноваций и создавать креативные рекламные обращения к потребителям товаров и услуг	1.11
БПК-15	Применять основные методы защиты населения от негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать здоровые и безопасные условия труда	4.4
СК-1	Характеризовать положения национального законодательства в области развития бизнеса, выявлять неурегулированные аспекты и разрабатывать рекомендации по совершенствованию действующего законодательства	2.2.1
СК-2	Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной структуры управления предприятием, владеть современными техниками принятия управленческих решений, оценивать эффективность управления и конкурентоспособность организации	2.2.2
СК-3	Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности, методы выявления объектов интеллектуальной собственности	2.2.3
СК-4	Планировать реализацию проектов с использованием современных средств цифрового моделирования и производства в промышленности, инновационном бизнесе и стартапах, использовать программное обеспечение для 3D моделирования	2.3.1
СК-5	Создавать графические образы и шрифтовые композиции, работать с цветом, формой и дизайном при проектировании элементов фирменного стиля и рекламных продуктов	2.3.2
СК-6	Организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	2.3.3
СК-7	Использовать методы семиотического анализа рекламных образов, символов и знаков при осуществлении профессиональной деятельности	2.4.1
СК-8	Применять в профессиональной деятельности технологии создания рекламных текстов, их литературного редактирования и копирайтинга	2.4.2
СК-9	Использовать методы управления рекламной деятельностью, разрабатывать стратегические и тактические планы рекламных кампаний, осуществлять оперативное управление рекламной деятельностью	2.5
СК-10	Использовать технологии проведения переговоров, применять современные средства коммуникаций, разрабатывать и осуществлять рекламно-коммуникационные кампании и мероприятия, формировать рекламно-коммуникационную инфраструктуру организации	2.6
СК-11	Продвигать товары и услуги промышленного назначения, использовать инструментарий маркетинговых исследований, планирования и организации мероприятий по продвижению на рынке B2B	2.7.1
СК-12	Использовать методы прогнозирования и оценки эффективности рекламной кампании, расчета прогнозных показателей различных видов рекламной деятельности	2.7.2
СК-13	Применять инструменты и техники продаж, использовать технологии искусства продаж в различных звеньях товародвижения	2.8.1
СК-14	Применять модели поведения потребителей и покупателей, методику проведения маркетинговых и рекламных исследований покупательского поведения на рынках B2C и B2B, анализировать результаты изучения покупательского поведения и вырабатывать на этой основе направления совершенствования рекламы	2.8.2

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования

Министерства образования Республики Беларусь

С.А.Касперович

2021



СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической работе

Государственного учреждения образования "Республиканский институт высшей школы"

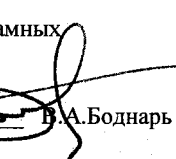
И.В.Титович

2021

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
СК-15	Использовать методы планировки торговой площади, выкладки товаров и стимулирования выбора потребителями определенной марки продукции	2.8.3
СК-16	Применять методы организации и оценки эффективности таргетированной и контекстной рекламы для улучшения узнаваемости продукции и услуг и привлечения дополнительных клиентов	2.9.1
СК-17	Использовать социальные сети для проведения рекламных кампаний по продвижению продукции, услуг, брендов, предприятий (организаций)	2.9.2
СК-18	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	2.10.1
СК-19	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	2.10.2
СК-20	Применять технологии брендинга в системе рекламных коммуникаций, продвигать бренды на рынке	2.11
СК-21	Управлять формированием и продвижением брендов с помощью инструментов и технологий рекламных коммуникаций	2.11
СК-22	Понимать сущность финансовой политики государства, принципы финансового планирования, содержание и функции финансов организаций реального сектора экономики для определения конкретных мер регулирования финансовой деятельности	2.12.1
СК-23	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	2.12.1
СК-24	Оформлять первичные учетные документы, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов, проводить анализ хозяйственной деятельности	2.12.2
СК-25	Применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов хозяйственной деятельности, планировать, организовывать и проводить проверку объектов бухгалтерского учета, документов и отчетности	2.12.2
СК-26	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	2.12.3
СК-27	Применять знания основных актов законодательства в сфере противодействия коррупции для выработки и реализации мер по ее предупреждению	4.3

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 1-26 02 06 "Рекламная деятельность".

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


 В.А.Боднарь
 М.П.
 2021

Председатель УМО по экономическому образованию


 В.Ю.Шутилин
 М.П.
 2021

Председатель НМС по маркетингу и логистике

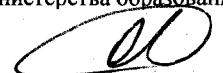

 В.С.Протасеня
 08.04. 2021

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по экономическому образованию

Протокол № 4 от 15.04. 2021

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
 Министерства образования Республики Беларусь


 С.А.Касперович

19.05. 2021

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


 И.В.Титович

М.П.
 2021

Эксперт-нормоконтролер


 Т.А.Богомья

14.05. 2021

Информация об изменениях размещается на сайтах:

<http://www.edustandart.by>

<http://www.nihe.bsu.by>