УТВЕРЖДАЮ
Первый заместитель
Министра образования
Республики Беларусь
_____ А.Г.Баханович
М.П.
_____

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Специальность: **6-05-0611-07 Цифровой маркетинг**

Квалификация:
Программист. Маркетолог

Степень: Бакалавр

Срок обучения: 4 года

Регистрационный № _____

I. График образовательного процесса

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	29/09	6	13	20	27/10	3	10	17	24	1	8	15	22	29/12	5	12	19	26/01	2	9	16	23/02	2	9	16	23	30/03	6	13	20	27/04	4	11	18	25	1	8	15	22	29/06	6	13	20	27/07	3	10	17	24							
	7	14	21	28	05/10	12	19	26	02/11	9	16	23	30	7	14	21	28	04/01	11	18	25	01/02	8	15	22	01/03	8	15	22	29	05/04	12	19	26	03/05	10	17	24	31	7	14	21	28	05/07	12	19	26	02/08	9	16	23	31							
I									17									:	:	:	:	=	=						17											:	:	:	O	O	=	=	=	=	=	=	=	34	7	2				9	52
II									17									:	:	:	:	=	=						17											:	:	:	:	=	=	=	=	=	=	=	=	34	8					10	52
III									16								:	:	:	=	=								16								:	:	:	X	X	X	X	=	=	=	=	=	=	=	=	32	6		4			10	52
IV									17									:	:	:	:	=	=	X	X	X	X	X	X	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	//	//										17	4		6	12	2	2	43
																																																				117	**25**	**2**	**10**	**12**	**2**	**31**	**199**

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

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

III. План образовательного процесса

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов: Всего	Аудиторных	Из них: Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	Распределение по курсам и семестрам: I курс, 1 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	I курс, 2 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	II курс, 3 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	II курс, 4 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	III курс, 5 семестр, 16 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	III курс, 6 семестр, 16 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	IV курс, 7 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	IV курс, 8 семестр: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Код компетенции
1.	**Государственный компонент**			**3960**	**1864**	**862**	**528**	**426**	**48**	**816**	**408**	**21**	**790**	**372**	**22**	**562**	**278**	**15**	**550**	**270**	**15**	**600**	**266**	**16**	**360**	**156**	**10**	**282**	**114**	**8**				
1.1	**Модуль «Социально-гуманитарные дисциплины 1»**																																	**УК-4**
1.1.1	История белорусской государственности	2		108	54	28			26				108	54	3																			УК-7
1.1.2	Философия	4		108	54	32			22										108	54	3													УК-8
1.1.3	Современная политэкономия	4		108	54	28		26											108	54	3													УК-9
1.2	**Модуль «Профессиональная лексика»**																																	
1.2.1	Иностранный язык	2	1	216	120			120		108	60	3	108	60	3																			УК-3
1.2.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		2	108	40			40					108	40	3																			УК-10
1.3	**Модуль «Математика»**																																	**УК-11**
1.3.1	Линейная алгебра и аналитическая геометрия	1		120	68	34		34		120	68	3																						БПК-1
1.3.2	Математический анализ	2	1	330	176	82		94		120	68	3	210	108	6																			БПК-2
1.4	**Модуль «Дополнительные главы математики»**																																	**УК-11**
1.4.1	Дискретная математика		2	108	50	26		24					108	50	3																			БПК-3
1.4.2	Теория вероятностей и математическая статистика	3		108	50	26		24								108	50	3																БПК-4
1.4.3	Основы машинного обучения	4		108	50	26	24												108	50	3													БПК-5

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам																							Код компетенции
				Всего	Аудиторных	Из них				I курс						II курс						III курс						IV курс						
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 17 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 17 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 16 недель			6 семестр, 16 недель			7 семестр, 17 недель			8 семестр			
										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	
1.5	**Безопасность жизнедеятельности человека**[1]	3		120	68	34	16	18								120	68	3																БПК-6
1.6	**Модуль «Введение в маркетинг»**																																	
1.6.1	Информационные технологии в маркетинге		1	120	60	8	52			120	60	3																						БПК-7
1.6.2	Основы маркетинга	1		240	92	46		46		240	92	6																						БПК-8
	Курсовой проект по учебной дисциплине «Основы маркетинга»			40									40		1																			УК-1,5,6
1.6.3	Основы коммуникативного дизайна		3	108	50	22	28									108	50	3																БПК-9
1.7	**Модуль «Введение в программирование»**																																	
1.7.1	Основы алгоритмизации и программирования	1,2		216	120	56	64			108	60	3	108	60	3																			УК-2, БПК-10
1.7.2	Основы объектно-ориентированного программирования	3		118	50	26	24									118	50	3																БПК-11
1.7.3	Базы данных	3		108	60	28	32									108	60	3																БПК-12
1.7.4	Бизнес-анализ и прототипирование программных продуктов		5	112	50	26	24															112	50	3										БПК-13
1.8	**Модуль «Основы цифрового маркетинга»**																																	
1.8.1	Маркетинговые исследования	5	4	234	114	78	36												118	60	3	116	54	3										БПК-14
	Курсовая работа по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования»			30																		30		1										УК-1,5,6
1.8.2	Цифровой маркетинг и электронная коммерция	5	4	220	102	54	48												108	52	3	112	50	3										БПК-15
	Курсовой проект по учебной дисциплине «Цифровой маркетинг и электронная коммерция»			40																					40		1							УК-1,5,6
1.8.3	Веб-аналитика	6		120	60	32	28																		120	60	3							БПК-16
1.9	**Модуль «Технологическое обеспечение цифрового маркетинга»**																																	
1.9.1	Компьютерные сети и веб-технологии	5		118	60	32	28															118	60	3										БПК-17
1.9.2	Проектирование информационных систем	6	5	212	100	52	48															112	52	3	100	48	3							БПК-18
1.9.3	Распределенные системы обработки информации	7	6	206	92	52	40																		100	48	3	106	44	3				БПК-19
	Курсовой проект по учебной дисциплине «Распределенные системы обработки информации»			40																								40		1				УК-1,5,6
1.9.4	Технологии и системы анализа данных	7		136	70	34	36																					136	70	4				БПК-20
2.	**Компонент учреждения образования**			**3470**	**1598**	**812**	**228**	**522**	**36**	**300**	**136**	**8**	**240**	**136**	**6**	**540**	**240**	**15**	**548**	**232**	**15**	**378**	**202**	**10**	**620**	**286**	**18**	**844**	**366**	**25**				
2.1	**Модуль «Социально-гуманитарные дисциплины 2»**[2]																																	
2.1.1	Логика		1	72	36	18			18	72	36	2																						УК-13
2.1.2	Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)		4	72	36	18			18										72	36	2													УК-14
2.1.3	Экономическая социология / Политические институты и процессы в информационном обществе		3	72	36	18		18								72	36	2																СК-1 / УК-15
2.2	**Модуль «Общеинженерная подготовка»**																																	
2.2.1	Основы компьютерной графики		1	108	48	16	32			108	48	3																						СК-2
2.2.2	Основы информационной безопасности		4	108	48	32		16											108	48	3													СК-3
2.2.3	Основы управления интеллектуальной собственностью[3]		4	100	36	22		14											100	36	3													СК-4

СОГЛАСОВАНО
Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.Н.Пищов
_____ 2023

СОГЛАСОВАНО
Проректор по научно-методической работе Государственного учреждения образования
«Республиканский институт высшей школы»

_____ И.В.Титович
М.П.
_____ 2023

Продолжение примерного учебного плана по специальности 6-05-0611-07 «Цифровой маркетинг», регистрационный № _____

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам																							Код компетенции
				Всего	Аудиторных	Из них				I курс						II курс						III курс						IV курс						
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 17 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 17 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 16 недель			6 семестр, 16 недель			7 семестр, 17 недель			8 семестр			
										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	
2.2.4	Метрология, стандартизация и сертификация (в информационных технологиях)		4	108	50	26		24											108	50	3													СК-5
2.3	**Модуль «Экономическая подготовка»**																																	
2.3.1	Основы экономики	1		120	52	26		26		120	52	3																						СК-6
2.3.2	Микроэкономика		2	120	68	36		32					120	68	3																			СК-7
2.3.3	Макроэкономика		3	112	56	28		28								112	56	3																СК-7
2.3.4	Экономика организации		3	100	52	26		26								100	52	3																СК-8
2.4	**Модуль «Инструменты комплекса маркетинга»**																																	
2.4.1	Товарная политика и бренд-менеджмент		2	120	68	42		26					120	68	3																			СК-9
	Курсовой проект по учебной дисциплине «Товарная политика и бренд-менеджмент»			40												40		1																УК-1,5,6
2.4.2	Маркетинговые коммуникации	4	3	218	98	46	52									98	36	3	120	62	3													СК-10
	Курсовой проект по учебной дисциплине «Маркетинговые коммуникации»			40															40		1													УК-1,5,6
2.5	**Модуль «Маркетинговый анализ и стратегия»**																																	
2.5.1	Прикладной статистический анализ	3		118	60	22		38								118	60	3																СК-11
2.5.2	Стратегический маркетинговый анализ	5		100	52	32		20														100	52	3										СК-12
2.5.3	Ценовая политика	6		108	50	24		26																	108	50	3							СК-13
2.5.4	Поведение потребителей оффлайн и онлайн		6	100	48	24	24																		100	48	3							СК-14
2.6	**Модуль «Моделирование, учет и финансы»**																																	
2.6.1	Управленческий учет и контроллинг	5		108	60	32	28															108	60	3										СК-15
2.6.2	Математические методы и модели принятия маркетинговых решений		5	170	90	46	44															170	90	4										СК-16
2.6.3	Финансовая математика и финансовый менеджмент		6	112	50	26		24																	112	50	3							СК-17
2.7	**Модуль «Логистика и продажи»**																																	
2.7.1	Каналы дистрибуции и маркетинговая логистика / Управление проектами		6	98	48	20		28																	98	48	3							СК-18 / СК-19
2.7.2	Технологии управления продажами	6		100	46	18	28																		100	46	3							СК-20
2.8	**Модуль «Специфические виды маркетинга»**																																	
2.8.1	Маркетинг программных продуктов и ИТ-услуг / SMM-маркетинг и интернет-реклама		6	102	44	22		22																	102	44	3							СК-21 / СК-22
2.8.2	Отраслевой маркетинг / Копирайтинг и контент-маркетинг		7	102	42	22		20																				102	42	3				СК-23 / СК-24
2.8.3	Глобальный маркетинг / Проектирование веб-магазинов		7	102	42	20		22																				102	42	3				СК-25 / СК-26
2.8.4	Основы алгоритмического маркетинга / Мобильные приложения в маркетинге		7	100	40	20	20																					100	40	3				СК-27 / СК-28
2.9	**Модуль «Управленческие, правовые и предпринимательские компетенции»**																																	
2.9.1	Предпринимательство и инновационный менеджмент	7		136	70	36		34																				136	70	4				СК-29
2.9.2	Социальное предпринимательство / Поисковое продвижение		7	102	42	20		22																				102	42	3				СК-30 / СК-31
2.9.3	Цифровая трансформация бизнеса / Основы нейроэкономики и нейромаркетинга		7	102	42	22		20																				102	42	3				СК-32 / СК-33
2.9.4	Управление организацией	7		100	48	32		16																				100	48	3				СК-34

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам																							Код компетенции
				Всего	Аудиторных	Из них				I курс						II курс						III курс						IV курс					
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 17 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 17 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 16 недель			6 семестр, 16 недель			7 семестр, 17 недель			8 семестр			
										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	
2.9.5	Правовое регулирование маркетинговой деятельности	7		100	40	20		20																				100	40	3				СК-35
2.10	**Факультативные дисциплины**			**/64**	**/64**			**/64**														**/32**	**/32**		**/32**	**/32**								
2.10.1	Физическая культура			/64	/64			/64														/32	/32		/32	/32								
2.11.	**Дополнительные виды обучения**			**/390**	**/368**	**/32**		**/336**		**/68**	**/68**		**/68**	**/68**		**/68**	**/68**		**/68**	**/68**		**/32**	**/32**		**/32**	**/32**		**/54**	**/32**					
2.11.1	Физическая культура		/1-6	/336	/336			/336		/68	/68		/68	/68		/68	/68		/68	/68		/32	/32		/32	/32								УК-12
2.11.2	Коррупция и ее общественная опасность		/7	/54	/32	/32																						/54	/32					СК-36
Количество часов учебных занятий				**7430**	**3462**	**1674**	**756**	**948**	**84**	**1116**	**544**	**29**	**1030**	**508**	**28**	**1102**	**518**	**30**	**1098**	**502**	**30**	**978**	**468**	**26**	**980**	**442**	**28**	**1126**	**480**	**33**				
Количество часов учебных занятий в неделю										**32**			**30**			**30**			**30**			**29**			**28**			**28**						
Количество курсовых проектов				**5**									**1**			**1**			**1**						**1**			**1**						
Количество курсовых работ				**1**																		**1**												
Количество экзаменов				**31**						**4**			**4**			**5**			**4**			**5**			**4**			**5**						
Количество зачетов				**33**						**5**			**4**			**5**			**6**			**3**			**5**			**5**						

IV. Учебные практики				V. Производственные практики				VI. Дипломное проектирование			VII. Итоговая аттестация
Название практики	Семестр	Недель	Зачетных единиц	Название практики	Семестр	Недель	Зачетных единиц	Семестр	Недель	Зачетных единиц	Защита дипломного проекта (дипломной работы) в ГЭК
Ознакомительная	2	2	3	Технологическая	6	4	6	8	12	18	
				Преддипломная	8	6	9				

VIII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации	1.6.2, 1.8.1, 1.8.2, 1.9.3, 2.4.1, 2.4.2
УК-2	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий	1.7.1
УК-3	Осуществлять коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1.2.1
УК-4	Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия	1.1
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.6.2, 1.8.1, 1.8.2, 1.9.3, 2.4.1, 2.4.2
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.6.2, 1.8.1, 1.8.2, 1.9.3, 2.4.1, 2.4.2
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 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

СОГЛАСОВАНО
Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.Н.Пищов
_____ 2023

СОГЛАСОВАНО
Проректор по научно-методической работе Государственного учреждения образования
«Республиканский институт высшей школы»

_____ И.В.Титович
М.П.
_____ 2023

Продолжение примерного учебного плана по специальности 6-05-0611-07 «Цифровой маркетинг», регистрационный № _____

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-9	Обладать способностью анализировать экономическую систему общества в ее динамике, законы ее функционирования и развития для понимания факторов возникновения и направлений развития современных социально-экономических систем, их способности удовлетворять потребности людей, выявлять факторы и механизмы политических и социально-экономических процессов, использовать инструменты экономического анализа для оценки политического процесса принятия экономических решений и результативности экономической политики	1.1.3
УК-10	Использовать основные понятия и термины специальной лексики белорусского языка в профессиональной деятельности	1.2.2
УК-11	Обладать навыками творческого аналитического мышления	1.3, 1.4
УК-12	Использовать средства физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, профилактики заболеваний	2.12.1
УК-13	Использовать формы, приемы, методы и законы интеллектуальной познавательной деятельности в профессиональной сфере	2.1.1
УК-14	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	2.1.2
УК-15	Анализировать современные политические процессы, определять уровень и степень интеграции политических институтов в жизнь информационного общества	2.1.3
БПК-1	Применять методы матричного исчисления, анализировать решения систем линейных алгебраических уравнений, исследовать уравнения кривых и поверхностей аналитическими методами для решения прикладных инженерных задач	1.3.1
БПК-2	Применять методы дифференциального и интегрального исчислений, аппарат теории степенных и функциональных рядов при построении и исследовании математических моделей прикладных задач	1.3.2
БПК-3	Формализовать и решать прикладные задачи в сфере инфокоммуникационных технологий с помощью методов дискретной математики	1.4.1
БПК-4	Применять инструментарий теории вероятностей и математической статистики для формирования вероятностного подхода в инженерной деятельности	1.4.2
БПК-5	Использовать современные методологии, программные средства для построения и анализа моделей процессов, данных, объектов	1.4.3
БПК-6	Применять методы защиты производственного персонала и населения от воздействия негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать здоровые и безопасные условия труда	1.5
БПК-7	Решать практические задачи в маркетинге с применением современных офисных прикладных компьютерных программ	1.6.1
БПК-8	Применять в практической деятельности основные концепции, методы и инструменты маркетинга для повышения эффективности деятельности организации	1.6.2
БПК-9	Разрабатывать визуальные решения для осуществления маркетинговых коммуникаций с целевым рынком	1.6.3
БПК-10	Применять основные методы алгоритмизации, способы и средства получения, хранения, обработки информации при решении профессиональных задач	1.7.1
БПК-11	Разрабатывать компьютерные программы на объектно-ориентированном языке	1.7.2
БПК-12	Проектировать, создавать и администрировать информационные базы данных для информационного обеспечения программных комплексов и систем	1.7.3
БПК-13	Осуществлять бизнес-анализ предметной области и разрабатывать прототипы информационных систем	1.7.4
БПК-14	Проводить комплекс маркетинговых исследований с целью информационного обеспечения принимаемых маркетинговых решений стратегического и тактического характера	1.8.1
БПК-15	Использовать инструментарий цифрового маркетинга для достижения стратегических целей организации	1.8.2
БПК-16	Анализировать онлайн-поведение целевой аудитории средствами веб-аналитики	1.8.3
БПК-17	Использовать компьютерные сети и технологии при решении профессиональных задач	1.9.1
БПК-18	Проектировать информационные системы прикладного характера	1.9.2
БПК-19	Разрабатывать распределенные информационные системы	1.9.3
БПК-20	Использовать компьютерные системы и технологии для анализа данных в предметной области экономики и бизнеса	1.9.4
СК-1	Применять концептуальный аппарат экономической социологии для анализа социально-экономических процессов в обществе	2.1.3
СК-2	Получать, хранить и обрабатывать графическую информацию с помощью программных средств компьютерной графики, ориентированных на современные информационные технологии	2.2.1
СК-3	Обеспечивать безопасность информации с учетом способов ее представления и модели нарушителя	2.2.2
СК-4	Оформлять объекты интеллектуальной собственности, вводить их в гражданский оборот	2.2.3
СК-5	Применять методы и способы контроля параметров, стандартизации и сертификации программных средств и компьютерных систем	2.2.4
СК-6	Анализировать экономические явления и процессы с учетом положений экономической теории	2.3.1
СК-7	Использовать основные концепции и модели микро- и макроэкономики для анализа экономических процессов и явлений	2.3.2, 2.3.3
СК-8	Проводить анализ и интерпретировать данные экономических и социально-экономических показателей деятельности предприятия, финансовую, бухгалтерскую и иную информацию отчетности для использования в экономических расчетах и принятии управленческих решений	2.3.4
СК-9	Разрабатывать товарную политику и осуществлять эффективный бренд-менеджмент для достижения стратегических и тактических целей организации	2.4.1
СК-10	Разрабатывать эффективные стратегии и планы маркетинговых коммуникаций для достижения стратегических и тактических целей организации	2.4.2
СК-11	Осуществлять прикладной статистический анализ на макро- и микроуровне экономических процессов и явлений	2.5.1
СК-12	Осуществлять глубокий анализ текущей и прогнозной маркетинговой ситуации с целью обоснования принимаемых управленческих решений	2.5.2
СК-13	Разрабатывать эффективную ценовую политику для достижения коммерческих и иных целей организации	2.5.3
СК-14	Анализировать офлайн- и онлайн-поведение потребителей и разрабатывать адекватные и эффективные маркетинговые стратегии	2.5.4
СК-15	Применять общие принципы учета и контроллинга, анализировать эффективность бизнес-процессов организации	2.6.1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
СК-16	Осуществлять моделирование маркетинговых ситуаций для принятия обоснованных управленческих решений	2.6.2
СК-17	Осуществлять анализ и разрабатывать стратегии управления финансовым состоянием организации	2.6.3
СК-18	Проектировать каналы доставки товаров и услуг до целевых клиентов	2.7.1
СК-19	Управлять командами разработчиков для реализации целей проекта	2.7.1
СК-20	Осуществлять эффективные продажи, деловые переговоры и презентации	2.7.2
СК-21	Осуществлять маркетинг на рынке программных продуктов и ИТ-услуг	2.8.1
СК-22	Осуществлять продвижение организации в социальных сетях, использовать контекстную и таргетированную рекламу	2.8.1
СК-23	Осуществлять маркетинг в промышленности, торговле и сфере услуг с учетом специфики этих секторов экономики	2.8.2
СК-24	Создавать тексты продающей направленности для использования в продвижении организации, бренда, товаров и услуг	2.8.2
СК-25	Осуществлять маркетинговую деятельность, нацеленную на формирование и укрепление конкурентной позиции организации/товара на мировых рынках	2.8.3
СК-26	Проектировать и создавать интернет-магазины	2.8.3
СК-27	Разрабатывать программные решения для задач алгоритмического маркетинга	2.8.4
СК-28	Разрабатывать стратегии вовлечения и удержания потребителей с использованием мобильных приложений	2.8.4
СК-29	Разрабатывать стратегии коммерциализации инновационной продукции	2.9.1
СК-30	Создавать концепцию и бизнес-модели проектов в сфере социального предпринимательства	2.9.2
СК-31	Разрабатывать и осуществлять стратегии поискового продвижения онлайн-ресурсов	2.9.2
СК-32	Разрабатывать стратегии цифровой трансформации бизнеса и оценивать цифровую зрелость организации	2.9.3
СК-33	Использовать основные понятия и положения концепции нейроэкономики и нейромаркетинга, их прикладной инструментарий в практической деятельности маркетолога	2.9.3
СК-34	Планировать, организовывать, мотивировать и контролировать работу организации, команды или проектную деятельность	2.9.4
СК-35	Использовать в профессиональной деятельности правовые нормы	2.9.5
СК-36	Применять знания основных нормативных правовых актов в сфере противодействия коррупции, вырабатывать и реализовывать комплекс мер по ее предупреждению	2.11.2

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 6-05-0611-07 «Цифровой маркетинг».

[1]Интегрированная учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности человека» включает вопросы защиты населения и объектов от чрезвычайных ситуаций, радиационной безопасности, основ экологии, основ энергосбережения, охраны труда.

[2]Формой промежуточной аттестации по учебным дисциплинам вариативной части (компонент учреждения образования) модуля социально-гуманитарных дисциплин является дифференцированный зачет.

[3]При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности учебная дисциплина «Основы управления интеллектуальной собственностью» планируется в качестве дисциплины компонента учреждения образования или дисциплины по выбору.

СОГЛАСОВАНО
Первый заместитель Министра промышленности Республики Беларусь

_____
М.П.
_____ 2023

Председатель УМО по образованию в области информатики и радиоэлектроники

_____ В.А.Богуш
М.П.
_____ 2023

Председатель НМС по прикладным информационным системам и технологиям

_____ О.И.Лаврова
_____ 2023

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО
по образованию в области информатики и радиоэлектроники

Протокол № ___ от _____2023

СОГЛАСОВАНО
Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.Н.Пищов
_____ 2023

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

_____ И.В.Титович
М.П.
_____ 2023

Эксперт-нормоконтролер

_____
_____ 2023