

УТВЕРЖДАЮ
Первый заместитель
Министра образования
Республики Беларусь

Специальность 1-26 02 03 Маркетинг
Специализация 1-26 02 03 05 Международный маркетинг

Квалификация
маркетолог-экономист

Срок обучения 4 года

И.А.Старовойтова

М.П.

2021 г.

Регистрационный №

I. График образовательного процесса

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

КУРСЫ	сентябрь				<u>29</u> 09	октябрь			<u>27</u> 10	ноябрь				декабрь				<u>29</u> 12	январь			<u>26</u> 01	февраль			<u>23</u> 02	март				<u>30</u> 03	апрель			<u>27</u> 04	май				июнь				<u>29</u> 06	июль			<u>27</u> 07	август				Теоретическое обучение	Экзаменационные сессии	Учебные практики	Производственные практики	Дипломное проектирование	Итоговая аттестация	Каикула	Всего	
	1	8	15	22		6	13	20		3	10	17	24	1	8	15	22		5	12	19		2	9	16		2	9	16	23		6	13	20		4	11	18	25	1	8	15	22		6	13	20		3	10	17	24									
	7	14	21	28		12	19	26		9	16	23	30	7	14	21	28		11	18	25		8	15	22		8	15	22	29		12	19	26		10	17	24	31	7	14	21	28		12	19	26		9	16	23	31									
I															18	:	:	:	=	=													17	:	:	:	:	O	O	=	=	=	=	=	=	=	=	35	7	2				8	52						
II															18	:	:	:	=	=													17	:	:	:	:	X	X	=	=	=	=	=	=	=	=	35	7		2			8	52						
III															18	:	:	:	=	=													17	:	:	:	:	X	X	X	X	=	=	=	=	=	=	=	=	35	7	4			6	52					
IV														16	:	:	:	=	=	X	X	X	X	X	X	X	X	X	/	/	/	/	/	/	/	//	//	//																121	24	2	16	10	3	24	200

Обозначения: – теоретическое обучение

О – учебная практика

/ – дипломное проектирование

= — каникулы

⋮ – экзаменационная сессия

X – производственная практика

// — итоговая аттестация

III. План образовательного процесса

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам																								Всего зачетных единиц	Код компетенции	
				Всего	Аудиторных	Из них				I курс						II курс						III курс						IV курс								
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 18 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 18 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 18 недель			6 семестр, 17 недель			7 семестр, 16 недель			8 семестр, 17 недель					
										Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц			Всего часов
1.	Государственный компонент	16	11	3632	1674	734	166	534	240	596	314	16	840	380	23	686	268	19	874	392	22	528	266	14	108	54	3	0	0	0	0	0	0	97		
1.1	Социально-гуманитарный модуль 1																																			
1.1.1	История		1	72	34	18			16	72	34	2																						2	УК-9	
1.1.2	Политология		1	72	34	16			18	72	34	2																						2	УК-7	
1.1.3	Философия	2		144	76	40			36				144	76	4																			4	УК-8	
1.1.4	Социология		2	36	18	12			6				36	18	1																			1	УК-4	
1.2	Иностранный язык	2	1	324	150			150		108	68	3	216	82	6																			9	УК-3	
1.3	Информационные технологии	2	1	310	132	44	88			108	52	3	202	80	6																			9	УК-2	
1.4	Математический модуль																																			БПК-1
1.4.1	Высшая математика	2	1, 3	328	148	74		74		114	58	3	120	56	3	94	34	3																9		
1.4.2	Теория вероятностей	3		120	58	28		30								120	58	3																3		
1.5	Модуль "Статистика и эконометрика"																																			
1.5.1	Статистика	4		216	86	42		44										216	86	6														6	БПК-2	
1.5.2	Эконометрика	5		120	68	34	18	16													120	68	3											3	БПК-3	
1.6	Модуль "Экономика 1"																																			
1.6.1	Экономическая теория	1		122	68	34		34		122	68	3																						3	БПК-4	
1.6.2	Микроэкономика	2		122	68	34		34					122	68	3																			3	БПК-5	
1.7	Модуль "Экономика 2"																																			
1.7.1	Макроэкономика	3		216	86	44		42								216	86	6																6	БПК-6	
1.7.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Макроэкономика"			40												40		1																1	УК-1, БПК-6	

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам																								Всего зачетных единиц	Код компетенции
				Всего	Аудиторных	Из них				I курс						II курс						III курс						IV курс							
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 18 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 18 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 18 недель			6 семестр, 17 недель			7 семестр, 16 недель			8 семестр, _____недель				
										Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц		
1.7.3	Международная экономика		4	120	52	30			22										120	52	3												3	БПК-7	
1.8	Национальная экономика Беларуси	4		122	64	32			32										122	64	3												3	БПК-8	
1.9	Модуль "Маркетинг"																																		
1.9.1	Теория маркетинга	4	3	352	150	74		76							216	90	6	136	60	3													9	БПК-9	
1.9.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Теория маркетинга"			40														40		1													1	УК-1, БПК-9	
1.9.3	Стратегический маркетинг	5		180	72	32	20	20													180	72	5										5	УК-1, БПК-10	
1.9.4	Международный маркетинг	6		108	54	26		28															108	54	3								3	БПК-11	
1.10	Модуль "Технологии маркетинга"																																		
1.10.1	Маркетинговые исследования и аналитика	5	4	228	126	60	20	46										120	64	3	108	62	3										6	УК-1, БПК-12	
1.10.2	Интегрированные маркетинговые коммуникации	5	4	240	130	60	20	50										120	66	3	120	64	3										6	УК-5, БПК-13	
2.	Компонент учреждения высшего образования	11	16	3676	1632	766	78	676	112	438	190	12	230	104	6	372	188	10	216	90	6	552	246	15	832	396	22	1024	418	30				101	
2.1	Социально-гуманитарный модуль 2																																		
2.1.1	Экономическая история/ Городская цивилизация в Беларуси		3	72	34	16			18							72	34	2															2	СК-1/ СК-2	
2.1.2	Этика бизнеса/ Культура информационного общества		3	72	34	16			18							72	34	2															2	СК-3/ СК-4	
2.2	Модуль "Организация и обеспечение бизнеса"																																		
2.2.1	Правовое обеспечение бизнеса	1		108	52	26			26	108	52	3																					3	СК-5	
2.2.2	Менеджмент и предпринимательство	1		108	52	26			26	108	52	3																					3	СК-6	
2.3	Модуль "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности"																																		
2.3.1	Маркетинг услуг	5		120	68	34		34													120	68	3										3	СК-7	
2.3.2	Межфирменный маркетинг/ Маркетинг в промышленности	6		216	102	50		52																216	102	6							6	СК-8/ СК-9	
2.3.3	Маркетинг некоммерческих организаций		6	120	54	26		28																120	54	3							3	СК-10	
2.3.4	Курсовая работа по модулю "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности"			40																			40		1								1	СК-7-10, УК-1	
2.4	Модуль "Маркетинговый инструментарий"																																		
2.4.1	Ценообразование	4		216	90	42	12	36										216	90	6													6	СК-11	
2.4.2	Функционально-стоимостный анализ		5	216	86	46		40													216	86	6										6	СК-12	
2.5	Модуль "Управление товарным портфелем"																																		
2.5.1	Управление качеством		2	122	52	22		30					122	52	3																		3	СК-13	
2.5.2	Управление товаром	3		120	68	30		38								120	68	3															3	СК-14	
2.6	Модуль "Прикладной маркетинг"																																		
2.6.1	Интернет-маркетинг		6	120	68	32	24	12																120	68	3							3	СК-15, УК-6	
2.6.2	Управление клиентским опытом		6	120	54	26		28																120	54	3							3	СК-16, УК-5	

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____С.А. Касперович

" ____ " _____ 2021 г.

СОГЛАСОВАНО

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

_____И.В. Титович

" ____ " _____ 2021 г.

№ 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, ___ 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			Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	
2.6.3	Маркетинг инноваций	6	5	216	108	50	16	42														108	44	3	108	64	3							6	СК-17, УК-5				
2.7	Модуль "Управление международным маркетингом"																																		СК-18, УК-5				
2.7.1	Управление международным маркетингом	7		202	76	36		40																			202	76	6				6						
2.7.2	Курсовая работа по дисциплине "Управление международным маркетингом"			40																							40		1				1						
2.8	Модуль "Мультинациональный маркетинг"																																						
2.8.1	Межкультурные коммуникации	7		202	76	36		40																			202	76	6				6	СК-19, УК-5					
2.8.2	Поведение потребителей на внешних рынках		7	202	76	36		40																			202	76	6				6	СК-20, УК-1					
2.8.3	Ценовая политика на внешних рынках		7	104	66	34		32																			104	66	3				3	СК-21					
2.9	Профессионально ориентированный иностранный язык	7		166	72			72																			166	72	5				5	СК-22					
2.10	Технологии цифрового производства	1		128	52	26	26			128	52	3																					3	СК-23, УК-6					
2.11	Модуль "Управление финансами и рисками в бизнесе"																																						
2.11.1	Управление хозяйственными рисками		2	108	52	26		26					108	52	3																		3	СК-24					
2.11.2	Финансы/ Налоги и налогообложение		3	108	52	28		24								108	52	3															3	СК-25/ СК-26					
2.12	Модуль "Эффективное управление организацией"																																						
2.12.1	Логистика		5	108	48	24		24														108	48	3									3	СК-27					
2.12.2	Деловая инфографика		6	120	54	30			24																108	54	3							3	СК-28				
2.12.3	Бухгалтерский учет и анализ/ Бухгалтерский учет и аудит		7	108	52	26		26																			108	52	3				3	СК-29, УК-6					
2.13	Основы управления интеллектуальной собственностью¹		1	94	34	22		12		94	34	3																					3	СК-30					
3.	Факультативные дисциплины			/114	/114	/32		/82					/10	/10					/34	/34		/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		/72	/72		/170	/136		/90	/70		/34	/34													
4.1	Физическая культура		/1-6	/350	/350			/350		/72	/72		/68	/68		/72	/72		/68	/68		/36	/36		/34	/34										УК-10			
4.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		/2	/60	/34			/34					/60	/34																					УК-3				
4.3	Противодействие коррупции		/5	/54	/34	/24			/10												/54	/34													СК-31				
4.4	Безопасность жизнедеятельности человека		/4	/102	/68	/34	/8	/26											/102	/68															БПК-14				
Количество часов учебных занятий				7308	3306	1500	244	1210	352	1034	504	28	1070	484	29	1058	456	29	1090	482	28	1080	512	29	940	450	25	1024	418	30				198					
Количество часов учебных занятий в неделю										28			28			25			28			28			26			26											
Количество курсовых проектов																																							
Количество курсовых работ				4												1			1						1			1											
Количество экзаменов				27						4			5			3			4			5			3			3											
Количество зачетов				27						6			3			5			3			3			4			3											

IV. Учебные практики				V. Производственные практики				VI. Дипломное проектирование			VII. Итоговая аттестация
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	1. Защита дипломного проекта (дипломной работы) в ГЭК. 2. Государственный экзамен по специальности (специализации).
Ознакомительная	2	2	3	Организационно-экономическая	4	2	3	8	10	15	
				Аналитическая	6	4	6				
				Преддипломная	8	10	15				

VIII. Матрица компетенций											
Код компетенции	Наименование компетенции										Код модуля
УК-1	Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации										1.7.2, 1.9.2, 1.9.3, 1.10.1, 2.3.4, 2.8.2
УК-2	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий										1.3
УК-3	Осуществлять коммуникации на государственном и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия										1.2, 4.2
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										1.10.2, 2.6.2, 2.6.3, 2.7, 2.8.1
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности										2.6.1, 2.10, 2.11.5
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
УК-9	Выявлять факторы и механизмы исторического развития, определять общественное значение исторических событий										1.1.1
УК-10	Реализовывать педагогическую деятельность с учетом медицинских, психофизических, возрастных особенностей обучающихся, оценивать эффективность применения различных методик в образовательной деятельности в целях ее совершенствования										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	Осуществлять выбор оптимальных инструментов регулирования внешнеэкономической деятельности										1.7.3
БПК-8	Понимать механизм и особенности функционирования национальной экономики, определять проблемы и перспективы ее развития										1.8
БПК-9	Понимать основные понятия, концепции и виды маркетинга; реализовывать процесс сегментирования рынка и позиционирования организации/товара на нём; использовать аналитический инструментарий для планирования и реализации концепции маркетинга, а также оценки эффективности маркетинговой деятельности										1.9.1, 1.9.2
БПК-10	Понимать особенности реализации стратегического маркетинга в деятельности организаций, в т.ч. разной отраслевой направленности; проводить аудит маркетинга, определять целевой рынок, оценивать конкурентный потенциал бизнеса, уверенно пользоваться различными методами при разработке маркетинговых стратегий										1.9.3
БПК-11	Реализовывать концепцию глобального маркетинга на практике, а также подходы к изучению и анализу глобальной маркетинговой среды; разрабатывать стратегии проникновения на мировой рынок и соответствующие им маркетинговые планы и программы, в т .ч. с применением информационных технологий										1.9.4
БПК-12	Внедрять методологию маркетинговых исследований, обладать практическими навыками организации и проведения маркетинговых исследований и аналитики рыночных данных										1.10.1

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

С.А. Касперович

" ____ " _____ 2021 г.

СОГЛАСОВАНО

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

И.В. Титович

" ____ " _____ 2021 г.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля
БПК-13	Применять на практике знания о системе интегрированных маркетинговых коммуникаций организации, реализовывать навыки их использования в продвижении товаров и услуг на рынке, показывать умения и навыки планирования интегрированных маркетинговых коммуникаций и определять их эффективность	1.10.2
БПК-14	Применять правила техники безопасности, производственной санитарии, пожарной безопасности, нормы охраны труда, знания основ рационального природопользования и энергосбережения для защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий и стихийных бедствий	4.4
СК-1	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
СК-2	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
СК-3	Вести деловые переговоры с учетом этических особенностей деловых сторон, соблюдать этические нормы делового общения, работать в деловой команде в стрессовой ситуации	2.1.2
СК-4	Понимать специфику и закономерности ведения деловых переговоров с учетом межкультурных различий, работать в деловой команде в стрессовой ситуации	2.1.2
СК-5	Характеризовать положения национального законодательства в области развития бизнеса, выявлять неурегулированные аспекты и разрабатывать рекомендации по совершенствованию действующего законодательства	2.2.1
СК-6	Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной структуры управления организации; владеть современными техниками принятия управленческих решений; оценивать эффективность управления и конкурентоспособность организации	2.2.2
СК-7	Обосновывать возможность и необходимость применения маркетинга в управлении предприятием на рынке услуг, разрабатывать комплексную стратегию маркетинга; определять покупательские риски в сфере услуг, применять методику оценки качества услуг, разрабатывать стандарт обслуживания	2.3.1, 2.3.4
СК-8	Разрабатывать стратегические и тактические планы межфирменного маркетинга, выявлять результативность и экономический эффект межфирменного маркетинга, анализировать основные показатели, применяемые в практике управления межфирменным маркетингом в динамике с учетом фактора инфляции	2.3.2, 2.3.4
СК-9	Разрабатывать маркетинговую политику на промышленном предприятии с учетом имеющихся приоритетов и стратегических целей, применять инструменты формирования и оценки имиджа промышленного предприятия, планирования и реализации программ внутренних и внешних коммуникаций	
СК-10	Использовать специфические особенности маркетинговой деятельности в некоммерческих организациях, разрабатывать для них стратегии и тактику маркетинга, подходы к управлению их маркетинговой деятельностью	2.3.3, 2.3.4
СК-11	Применять управленческие решения в области ценообразования и оценивать их эффективность	2.4.1
СК-12	Применять методологию функционально-стоимостного анализа, осуществлять анализ затрат и оценку уровня значимости функций объекта анализа, определять соответствие затрат функциям объекта	2.4.2
СК-13	Применять систему менеджмента качества в управлении предприятием, реализовывать методы контроля качества продукции и процессов, подготавливать документацию систем менеджмента качества, формулировать содержание процессов менеджмента качества; уметь разрабатывать внутреннюю документацию и определять политику менеджмента качества в организации, владеть навыками проведения аудита систем менеджмента качества	2.5.1
СК-14	Формулировать цели и задачи управления товаром в организациях разных сфер и отраслей деятельности, проводить всесторонний анализ ассортимента, разрабатывать оптимальный товарный портфель организации, реализовывать технологию категорийного менеджмента, создавать, развивать и управлять товарными брендами	2.5.2
СК-15	Подходить системно и структурно к вопросам планирования и реализации мероприятий интернет-маркетинга; создавать контент на основе известных принципов, понимать основы работы с сайтом, социальными сетями, интернет-СМИ; проводить исследования рынка и тестировать гипотезы в среде Интернет, использовать Web-аналитику в целях развития и управления брендом	2.6.1
СК-16	Реализовывать методологию управления клиентским опытом и маркетингом взаимоотношений, пользоваться инструментами повышения лояльности и вовлеченности клиентов, управлять партнерскими отношениями с клиентами	2.6.2
СК-17	Применять принципы, методы и инструменты маркетинга в инновационном процессе, пользоваться умениями и навыками в области ситуационного анализа рынка инноваций, принятия маркетинговых решений по обеспечению инновационного развития предприятия (организации)	2.6.3
СК-18	Осуществлять процесс управления международным маркетингом; принимать решения в процессе управления международным маркетингом; применять методы оценки эффективности управления международным маркетингом	2.7
СК-19	Понимать различные аспекты деловой межкультурной коммуникации; знать классификацию культур, когнитивные константы, дискурсивные и поведенческие модели, модели работы с информацией, принятия решений и командной работы в разных культурных группах; владеть проблематикой манипуляций в деловом общении и способами противостояния им; уметь планировать и разрабатывать программы коммуникаций с учётом культурного фактора, оценивать их эффективность	2.8.1
СК-20	Выявлять особенности поведения предприятий-потребителей на внешних рынках; строить модели потребительского поведения; разрабатывать и реализовывать программы маркетинговых исследований поведения потребителей; внедрять современные технологии компьютерной обработки и анализа данных о потребителях в практическую деятельность организаций	2.8.2
СК-21	Реализовывать ценовую политику на внешних рынках, выявлять виды цен мирового рынка, использовать методы определения внешнеторговых цен; производить расчет трансфертных цен, цен при толлинговых и бартерных операциях, цен на импортируемую и экспортируемую продукцию; осуществлять экономическое обоснование различных видов ценовых скидок	2.8.3
СК-22	Использовать в практической деятельности функциональные особенности письменных профессионально-ориентированных текстов, в том числе научно-технического характера; готовить и делать устные сообщения на профессиональные темы с использованием мультимедийных технологий, воспринимать на слух иноязычную речь в естественном темпе с последующим выражением своего коммуникативного намерения по поводу услышанного на иностранном языке	2.9
СК-23	Осваивать и применять прогрессивные технологии производства	2.10

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля
СК-24	Классифицировать хозяйственные риски, анализировать и оценивать рискообразующие факторы	2.11.1
СК-25	Понимать сущность финансовой политики государства, принципы финансового планирования, содержание и функции финансов организаций реального сектора экономики	2.11.2
СК-26	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	
СК-27	Применять принципы логистики для повышения эффективности деятельности организации	2.12.1
СК-28	Изучить основы инфографики и визуализации данных, работать с программами и онлайн сервисами визуализации данных при решении профессиональных задач	2.12.2
СК-29	Документально оформлять, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов хозяйственной деятельности, проводить анализ финансового положения организации	2.12.3
СК-30	Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности, методы выявления объектов интеллектуальной собственности	2.13
СК-31	Обладать знаниями о природе коррупции как социально-правового явления, причинах ее возникновения и развития, условиях, способствующих этому, а также владеть информацией о мерах, необходимых для ее предупреждения и пресечения	4.3

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 1-26 02 03 Маркетинг

¹При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности учебная дисциплина "Основы управления интеллектуальной собственностью" планируется в качестве дисциплины компонента учреждения высшего образования или дисциплины по выбору.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель Министра промышленности
Республики Беларусь

_____ А.С.Огородников
М.П.

_____ 2021 г.

Председатель УМО по экономическому образованию

_____ В.Ю.Шутилин
М.П.

_____ 2021 г.

Председатель НМС по маркетингу и логистике

_____ В.С. Протасеня
М.П.

_____ 2021 г.

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по экономическому образованию

Протокол № ____ от _____ 2021 г.

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.А.Касперович
М.П.

_____ 2021 г.

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

_____ И.В.Титович
(подпись) М.П.

_____ 2021 г.

Эксперт-нормоконтролер

_____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)
М.П.

_____ 2021 г.