

№ 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 "Теория рекламы"																																			
1.9.1	Эволюция рекламы	5		216	104	52		52														216	104	6										6	БПК-9	
1.9.2	Социально-экономический контекст рекламы	6	5	228	126	60		66														108	62	3	120	64	3							6	БПК-10	
1.9.3	Психология рекламы		6	108	62	32	20	10																	108	62	3							3	БПК-11	
1.9.4	Курсовая работа по модулю "Теория рекламы"			40																				40		1								1	УК-1, БПК-9-11	
1.10	Модуль "Исследования и аналитика в рекламе"																																			
1.10.1	Функционально-стоимостный анализ в рекламе	5		120	68	26	16	26														120	68	3										3	БПК-12	
1.10.2	Исследования в рекламной деятельности	6	5	228	126	52	34	40														108	62	3	120	64	3							6	УК-1, БПК-13	
1.11	Инновации и креатив в рекламе	6		216	102	52	16	34																216	102	6							6	УК-5,6, БПК-14		
2.	Компонент учреждения высшего образования	13	13	3548	1598	830	266	414	88	418	190	12	230	106	6	576	290	16	592	274	16	324	142	9	382	174	11	1026	422	30				100		
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/ Межкультурные различия в коммуникации		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 "Технологии разработки рекламной продукции"																																			
2.3.1	Технологии цифрового производства		2	108	52	26	26					108	52	3																				3	СК-7	
2.3.2	Графический дизайн		3	108	52	26	16	10							108	52	3																	3	СК-8	
2.3.3	Технологии производства рекламной продукции		4	216	102	60	20	22										216	102	6														6	СК-9	
2.4	Модуль "Образы, формы и тексты в рекламе"																																			
2.4.1	Семиотика	1		108	52	30		22		108	52	3																						3	СК-10	
2.4.2	Копирайтинг		2	122	54	22		32					122	54	3																			3	СК-11	
2.5	Модуль "Управление рекламной деятельностью"																																			
2.5.1	Управление рекламной деятельностью	7		216	90	54	10	26																			216	90	6					6		
2.5.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Управление рекламной деятельностью"			40																							40		1					1		
2.6	Модуль "Интегрированные коммуникации"																																			
2.6.1	Интегрированные коммуникации	4	3	228	134	74	20	40							108	66	3	120	68	3														6		

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, 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		
2.6.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Интегрированные коммуникации"			40														40		1																1	
2.7	Модуль "Технологии продвижения и прогнозирования в рекламе"																																				
2.7.1	Продвижение на рынке B2B	6		216	102	60	12	30																	216	102	6							6	СК-14		
2.7.2	Прогнозирование в рекламе	7		166	72	36	28	8																				166	72	5				5	СК-15		
2.8	Мерчандайзинг	7		202	80	40		40																				202	80	6				6	СК-16		
2.9	Модуль "Взаимоотношение с клиентами"																																				
2.9.1	Искусство продаж	5		216	90	52	12	26																216	90	6								6	СК-17		
2.9.2	Поведение потребителей и покупателей	6		166	72	36	10	26																166	72	5								5	СК-18		
2.10	Реклама в Интернет																																				
2.10.1	Таргетированная и контекстная реклама		7	100	50	18	32																					100	50	3				3	СК-19		
2.10.2	Реклама в социальных сетях		7	100	50	18	32																				100	50	3				3	СК-20			
2.11	Модуль "Маркетинг"																																				
2.11.1	Теория маркетинга	3		108	52	26		26					108	52	3																			3	СК-21		
2.11.2	Стратегический маркетинг		4	108	52	26	16	10										108	52	3														3	СК-22		
2.12	Брендинг/ Брендменеджмент	7		202	80	40	20	20																			202	80	6				6	СК-23/ СК-24			
2.13	Ценообразование	5		108	52	26	12	14																108	52	3							3	СК-25			
2.14	Модуль "Финансово-экономическая аналитика"																																				
2.14.1	Финансы/ Налоги и налогообложение		3	108	52	28		24					108	52	3																			3	СК-26/ СК-27		
2.14.2	Бухгалтерский учет и анализ/ Бухгалтерский учет и аудит		4	108	52	26		26									108	52	3															3	СК-28		
2.15	Основы управления интеллектуальной собственностью¹		1	94	34	22		12		94	34	3																					3	СК-29			
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-30	
4.4	Безопасность жизнедеятельности человека		/4	/102	/68	/34	/8	/26								/102	/68																			БПК-15	
Количество часов учебных занятий				7188	3328	1586	458	956	328	1014	504	28	1070	486	29	1046	468	29	1050	476	28	996	506	27	986	466	27	1026	422	30			198				
Количество часов учебных занятий в неделю										28			29			26			28			28			27			26									
Количество курсовых проектов																																					
Количество курсовых работ				4												1			1									1									
Количество экзаменов				29						4			5			4			4			4					5		3								
Количество зачетов				24						6			3			5			3			3					1		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-технологическая		4	2	3	8			10			15																					
					Экономическая		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	1.9.4, 1.10.2
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	1.11
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.11
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-9	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.13
УК-10	Реализовывать педагогическую деятельность с учетом медицинских, психофизических, возрастных особенностей обучающихся, оценивать эффективность применения различных методик в образовательной деятельности в целях ее совершенствования	3.1, 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	Применять на практике 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	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	Использовать на практике знание особенностей инноваций и создавать креативные рекламные обращения к потребителям товаров и услуг	1.11
БПК-15	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	Использовать прогрессивные технологии производства	2.3.1
СК-8	Создавать графические образы и шрифтовые композиции, работать с цветом, формой и дизайном при проектировании элементов фирменного стиля и рекламных продуктов	2.3.2
СК-9	Организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	2.3.3

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
СК-10	Использовать методы семиотического анализа рекламных образов, символов и знаков	2.4.1

СК-11	Применять на практике навыки создания рекламных текстов, их литературного редактирования и копирайтинга	2.4.2
СК-12	Использовать на практике методы управления рекламной деятельностью, разрабатывать стратегические и тактические планы рекламных компаний, осуществлять оперативное управление рекламной деятельностью	2.5
СК-13	Использовать технологии проведения переговоров, применять современные средства коммуникаций, разрабатывать и осуществлять рекламно-коммуникационные кампании и мероприятия, формировать рекламно-коммуникационную инфраструктуру организации	2.6
СК-14	Продвигать товары и услуги промышленного назначения, использовать инструментарий маркетинговых исследований, планирования и организации мероприятий по продвижению на рынке B2B	2.7.1
СК-15	Использовать методы прогнозирования и оценки эффективности рекламной кампании, расчета прогнозных показателей различных видов рекламной деятельности	2.7.2
СК-16	Использовать на практике умения и навыки планировки торговой площади, выкладки товаров и стимулирования выбора потребителями определенной марки продукции	2.8
СК-17	Применять инструменты и техники продаж, использовать практические навыки искусства продаж в различных звеньях товародвижения.	2.9.1
СК-18	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 выработать на этой основе направления совершенствования рекламы	2.9.2
СК-19	Применять на практике методы организации и оценки эффективности таргетированной и контекстной рекламы	2.10.1
СК-20	Применять на практике методы организации и оценки эффективности рекламы в социальных сетях	2.10.2
СК-121	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	2.11.1
СК-22	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	2.11.2
СК-23	Применять технологии брендинга в системе рекламных коммуникаций, продвигать бренды на рынке	2.12
СК-24	Управлять формированием и продвижением брендов	2.12
СК-25	Применять управленческие решения в области ценообразования и оценивать их эффективность	2.13
СК-26	Понимать сущность финансовой политики государства, принципы финансового планирования, содержание и функции финансов организаций реального сектора экономики	2.14.1
СК-27	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	2.14.1
СК-28	Документально оформлять, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов хозяйственной деятельности, проводить анализ финансового положения организации	2.14.2
СК-29	Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности, методы выявления объектов интеллектуальной собственности.	2.15
СК-30	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 06 Рекламная деятельность

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

Директор Ассоциации Рекламных
Организаций

_____ В.А.Боднарь
(подпись) М.П.

_____ 2021 г.

(дата)

Председатель УМО по экономическому образованию

_____ В.Ю.Шутилин

(подпись) М.П.

_____ 2021 г.

Председатель НМС по маркетингу и логистике

_____ В.С.Протасеня

_____ 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

_____ 2021 г.

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

_____ И.В.Титович

М.П.

_____ 2021 г.

Эксперт-нормоконтролер

_____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)

_____ 2021г.