

№ 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, 17 недель			2 семестр, 16 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			
1.4.2	Теория вероятностей и математическая статистика	3		108	50	26		24						108	50	3																		3	УК-12, БПК-4			
1.4.3	Основы машинного обучения	4		108	50	26		24							108	50	3																	3	УК-12, БПК-5			
1.5	Основы алгоритмизации и программирования	1,2		216	120	56	64			108	60	3	108	60	3																			6	УК-2, БПК-6			
1.6	Безопасность жизнедеятельности человека	3		120	68	34	16	18							120	68	3																		3	БПК-7		
1.7	Модуль «Введение в маркетинг и экономику»																																					
1.7.1	Информационные технологии в маркетинге	1		120	60	8	52			120	60	3																							3	БПК-8		
1.7.2	Основы экономики	1		120	52	26		26		120	52	3																							3	БПК-9		
1.7.3	Основы маркетинга	1,2		192	94	48		46		102	34	3	90	60	2																				5	БПК-10		
	Курсовой проект по учебной дисциплине «Основы маркетинга»			40									40		1																				1	УК-1,5,6		
1.7.4	Основы коммуникативного дизайна		3	118	50	22	28								118	50	3																			3	БПК-11	
1.8	Модуль «Введение в программирование»																																					
1.8.1	Основы объектно-ориентированного программирования	3		118	50	26	24								118	50	3																			3	БПК-12	
1.8.2	Базы данных	4		108	52	24	28									108	52	3																			3	БПК-13
1.8.3	Бизнес-анализ и прототипирование программных продуктов		5	112	50	26	24												112	50	3															3	БПК-14	
1.9	Модуль «Основы электронного маркетинга»																																					
1.9.1	Интернет-маркетинг и электронная коммерция	4,5		220	102	54	48									108	52	3	112	50	3														6	БПК-15, УК-1,5,6		
1.9.2	Поисковое продвижение и веб-аналитика	6		120	60	32	28																		120	60	3									3	БПК-16	
1.10	Модуль «Маркетинговый анализ и стратегия»																																					
1.10.1	Прикладной статистический анализ		3	118	60	36	24							118	60	3																				3	БПК-17	
1.10.2	Маркетинговые исследования	5	4	234	114	78	36									118	60	3	116	54	3															6	БПК-18	
	Курсовая работа по учебной дисциплине «Маркетинговые исследования»			40															40		1															1	УК-1,5,6	
1.10.3	Ценовая политика	5		112	50	24		26											112	50	3															3	БПК-19	
1.10.4	Стратегический маркетинговый анализ		5	112	50	24		26											112	50	3															3	БПК-20	
1.10.5	Поведение потребителей		6	110	48	24	24																	110	48	3										3	БПК-21	
2.	Компонент учреждения высшего образования			3742	1680	858	300	522		72	34	2	316	174	9	390	166	10	656	280	18	416	196	11	758	346	21	1134	484	33				104				
2.1	Модуль «Социально-гуманитарные дисциплины 2»																																					
2.1.1	Логика		1	72	34	18		16		72	34	2																								2	УК-13	
2.1.2	Философские аспекты развития науки и техники / Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)		4	72	34	18		16								72	34	2																		2	УК-4,14 / УК-4,9,15	
2.1.3	Экономическая социология / Политические институты и процессы в информационном обществе		5	72	34	16		18											72	34	2															2	УК-4,СК-1 / УК-4,7,17	
2.2	Модуль «Общеинженерная подготовка»																																					
2.2.1	Основы компьютерной графики		2	108	50	16		34					108	50	3																					3	СК-3	
2.2.2	Основы информационной безопасности		4	108	48	32		16								108	48	3																			3	СК-4
2.2.3	Основы управления интеллектуальной собственностью ¹		4	102	36	22		14								102	36	3																		3	СК-5	
2.2.4	Метрология, стандартизация и сертификация (в информационных технологиях)		4	108	50	26		24								108	50	3																		3	СК-6	

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

М.П.

2021

Продолжение типового учебного плана по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг».

Регистрационный № _____

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-15	Анализировать события, факты и явления Второй мировой войны и Великой Отечественной войны на основе понимания закономерностей и особенностей исторических процессов	2.1.2
УК-16	Владеть навыками здоровьесбережения, поддерживать необходимый и достаточный уровень физической подготовки, обеспечивающий полноценную профессиональную деятельность	4.1
УК-17	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 исчисления, 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 инструментальной 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 основные методы алгоритмизации, способы и средства получения, хранения, обработки информации при решении профессиональных задач	1.5
БПК-7	Применять методы защиты производственного персонала и населения от воздействия негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать безопасные и здоровые условия труда	1.6
БПК-8	Решать практические задачи в маркетинге с применением современных офисных прикладных компьютерных программ	1.7.1
БПК-9	Анализировать экономические явления и процессы, с учетом положений экономической теории	1.7.2
БПК-10	Применять на практике основные концепции маркетинга	1.7.3
БПК-11	Разрабатывать визуальные решения для осуществления маркетинговых коммуникаций с целевым рынком	1.7.4
БПК-12	Разрабатывать компьютерные программы на объектно-ориентированном языке	1.8.1
БПК-13	Проектировать, создавать и администрировать базы данных, использовать средства и методы современных систем управления базами данных для обеспечения целостности данных, создание эффективных архитектур сущностей, работу с индексами и курсорами, хранимыми процедурами, триггерами и представлениями, применять полученные знания и умения в разработке программных комплексов и систем	1.8.2
БПК-14	Осуществлять бизнес-анализ предметной области и разрабатывать прототипы информационных систем	1.8.3
БПК-15	Осуществлять комплекс маркетинга в интернете для повышения эффективности деятельности организации	1.9.1
БПК-16	Разрабатывать и осуществлять стратегии и планы поискового продвижения на базе веб-аналитики	1.9.2
БПК-17	Осуществлять прикладной статистический анализ на макро- и микроуровне экономических процессов и явлений	1.10.1
БПК-18	Проводить комплекс маркетинговых исследований с целью информационного обеспечения принимаемых маркетинговых решений стратегического и тактического характера	1.10.2
БПК-19	Разрабатывать эффективную ценовую политику для достижения коммерческих и иных целей организации	1.10.3
БПК-20	Осуществлять глубокий анализ текущей и прогнозной маркетинговой ситуации с целью обоснования принимаемых управленческих решений	1.10.4
БПК-21	Анализировать поведение потребителей и разрабатывать адекватные и эффективные маркетинговые стимулы	1.10.5
СК-1	Применять концептуальный аппарат экономической социологии для анализа социально-экономических процессов в обществе	2.1.3
СК-2	Пользоваться знаниями основных нормативных правовых актов законодательства в сфере противодействия коррупции, вырабатывать и реализовывать комплекс мер по предупреждению коррупции	3.2
СК-3	Получать, хранить и обрабатывать графическую информацию с помощью программных средств компьютерной графики, ориентированных на современные информационные технологии	2.2.1
СК-4	Обеспечивать безопасность информации с учетом способов ее представления и модели нарушителя	2.2.2
СК-5	Оформлять объекты интеллектуальной собственности, вводить их в гражданский оборот	2.2.3
СК-6	Применять методы и способы контроля параметров, стандартизации и сертификации программных средств и компьютерных систем	2.2.4
СК-7	Использовать основные концепции и модели микро- и макроэкономики для анализа экономических процессов и явлений	2.3.1, 2.3.2
СК-8	Анализировать эффективность деятельности организации	2.3.3
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	Использовать компьютерные сети и технологии при решении профессиональных задач	2.5.1
СК-12	Проектировать информационные системы прикладного характера	2.5.2
СК-13	Разрабатывать распределенные информационные системы	2.5.3
СК-14	Осуществлять анализ данных с использованием современных компьютерных технологий	2.5.4
СК-15	Применять на практике общие принципы учета и контроллинга, анализировать эффективность бизнес-процессов организации	2.6.1
СК-16	Осуществлять моделирование маркетинговых ситуаций для принятия обоснованных управленческих решений	2.6.2

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
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	Анализировать и управлять социальными коммуникациями для достижения стратегических целей организации	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, а также 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

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 1-28 01 02 «Электронный 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

Первый заместитель Министра промышленности Республики Беларусь

_____ м.п. _____ 2021

Председатель УМО по образованию в области информатики и радиоэлектроники

_____ В.А.Богуш
_____ м.п. _____ 2021

Председатель НМС по прикладным информационным системам и технологиям

_____ О.И.Лаврова
_____ 2021

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

Протокол № ____ от _____ 2021

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.А.Касперович
_____ 2021

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

_____ И.В.Титович
_____ м.п. _____ 2021

Эксперт-нормоконтролер

_____ 2021