

№ 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	
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 образования	11	16	3642	1638	848	266	412	112	418	194	12	324	138	9	612	308	17	556	260	15	324	142	9	382	174	11	1026	422	30			103			
2.1	Социально-гуманитарный модуль 2																																			
2.1.1	Политология	1		108	54	24		30	108	54	3																							3	УК-11	
2.1.2	Социология		1ДЗ	72	36	16		20	72	36	2																							2	УК-12	
2.1.3	Логика		3ДЗ	72	36	18		18						72	36	2																		2	УК-13	
2.1.4	Этика бизнеса/ Культура информационного общества		4ДЗ	72	36	18		18											72	36	2													2	УК-14/ УК-15	
2.2	Модуль "Организация и обеспечение бизнеса"																																			
2.2.1	Менеджмент и предпринимательство		1ДЗ	130	52	26		26	130	52	4																							4	СК-1	
2.2.2	Основы управления интеллектуальной собственностью ¹		2	94	34	22		12				94	34	3																				3	СК-2	
2.3	Модуль "Технологии разработки рекламной продукции"																																			
2.3.1	Технологии цифрового производства		2	108	52	26	26					108	52	3																				3	СК-3, УК-6	
2.3.2	Технологии производства рекламной продукции		3	216	102	60	20	22							216	102	6																		6	СК-4
2.3.3	Графический дизайн		4	108	52	26	16	10										108	52	3															3	СК-5
2.4	Модуль "Образы, формы и тексты в рекламе"																																			
2.4.1	Семiotика		1	108	52	30		22	108	52	3																								3	СК-6
2.4.2	Копирайтинг		2	122	52	22		30				122	52	3																					3	СК-7
2.5	Модуль "Управление рекламной деятельностью"																																			
2.5.1	Управление рекламной деятельностью		7	216	90	54	10	26																											6	
2.5.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Управление рекламной деятельностью"			40																															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	
2.6.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Интегрированные коммуникации"			40														40		1															1	
2.7	Модуль "Технологии продвижения в рекламе"																																			
2.7.1	Продвижение на рынке B2B		6		216	102	60	12	30															216	102	6									6	СК-10
2.7.2	Медиапланирование		7		166	72	36	28	8																			166	72	5				5	СК-11	
2.8	Модуль "Взаимоотношение с клиентами"																																			
2.8.1	Искусство продаж		5		216	90	52	12	26														216	90	6										6	СК-12

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь
С.А.Касперович
2022

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической работе
Государственного учреждения образования "Республиканский институт высшей школы"
И.В.Титович
2022

№ 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																							5	СК-13			
2.8.3	Мерчандайзинг		7	202	80	40		40																						6	СК-14				
2.9	Модуль "Цифровая реклама"																																		
2.9.1	Таргетированная и контекстная реклама		7	100	50	18	32																							3	СК-15				
2.9.2	Реклама в социальных сетях		7	100	50	18	32																							3	СК-16				
	Модули дополнительных компетенций																																		
2.10	Модуль "Маркетинг"																																		
2.10.1	Теория маркетинга	3		108	52	26		26					108	52	3															3	СК-17				
2.10.2	Стратегический маркетинг		4	108	52	26	16	10						108	52	3														3	СК-18, УК-1				
2.11	Брендинг/ Брендменеджмент		7	202	80	40	20	20																202	80	6			6	СК-19/ СК-20					
2.12	Модуль "Финансово-экономическая аналитика"																																		
2.12.1	Финансы/ Налоги и налогообложение		3	108	52	28		24					108	52	3															3	СК-21/ СК-22				
2.12.2	Бухгалтерский учет и анализ/ Бухгалтерский учет и аудит		4	108	52	26		26						108	52	3														3	СК-23, УК-6/ СК-24, УК-6				
2.12.3	Ценообразование		5	108	52	26	12	14									108	52	3											3	СК-25				
2.13	Факультативные дисциплины			/142	/142	/26		/106	/10	/36	/36		/36	/36			/36	/36		/34	/34														
2.13.1	Физическая культура			/70	/70			/70									/36	/36		/34	/34														
2.13.2	Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)		/1	/36	/36	/26		/10	/36	/36																					УК-10				
2.13.3	Деловой иностранный язык			/36	/36			/36					/36	/36																					
2.14	Дополнительные виды обучения			/566	/486	/58	/8	/410	/10	/174	/140		/128	/102		/72	/72		/122	/102		/36	/36		/34	/34									
2.14.1	Физическая культура		/1-6	/350	/350			/350		/72	/72		/68	/68		/72	/72		/68	/68		/36	/36		/34	/34					УК-16				
2.14.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		/2	/60	/34			/34					/60	/34																	УК-9				
2.14.3	Противодействие коррупции		/4	/54	/34	/24		/10								/54	/34														СК-26				
2.14.4	Безопасность жизнедеятельности человека		/1	/102	/68	/34	/8	/26		/102	/68																				БПК-15				
Количество часов учебных занятий				7174	3314	1580	458	954	322	978	488	27	1092	484	30	1082	486	30	1014	462	27	996	506	27	986	466	27	1026	422	30		198			
Количество часов учебных занятий в неделю										27			28			27			27			28			27			26							
Количество курсовых работ				4												1			1						1										
Количество экзаменов				28						4			5			4			4			4			5			2							
Количество зачетов				24						5			3			4			4			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			1. Государственный экзамен по специальности 2. Защита дипломной работы в ГЭК																	
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, 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	1.1.2
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 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 формирования современной белорусской государственности, в совершенстве использовать выявленные закономерности в процессе формирования гражданской идентичности	1.1.1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
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
УК-9	Использовать языковой материал в профессиональной области на белорусском языке	2.14.2
УК-10	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	2.13.2
УК-11	Обладать способностью анализировать политические события, процессы, отношения, владеть культурой политического мышления и поведения, использовать основы политологических знаний для формирования культуры осознанного и рационального политического выбора, утверждения социально ориентированных ценностей	2.1.1
УК-12	Обладать способностью анализировать происходящие в обществе процессы, осуществлять их социологическую диагностику, прогнозировать, упреждать или минимизировать последствия кризисных явлений в различных сферах жизнедеятельности	2.1.2
УК-13	Применять формы, приемы, методы и законы интеллектуальной познавательной деятельности, логично и аргументированно обосновывать свою позицию	2.1.3
УК-14	Понимать и использовать принципы этического регулирования отношений в бизнесе, выстраивать конструктивные отношения в коллективе, разрабатывать нормы делового общения	2.1.4
УК-15	Понимать закономерности формирования культурно-творческих характеристик личности, образа мысли и деятельности человека в информационном обществе	2.1.4
УК-16	Владеть навыками здоровьесбережения	2.14.1
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	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 в организациях 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	2.14.4
СК-1	Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной структуры управления предприятием, владеть современными техниками принятия управленческих решений, оценивать эффективность управления и конкурентоспособность организации	2.2.1
СК-2	Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности, методы выявления объектов интеллектуальной собственности	2.2.2
СК-3	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-4	Организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	2.3.2
СК-5	Создавать графические образы и шрифтовые композиции, работать с цветом, формой и дизайном при проектировании элементов фирменного стиля и рекламных продуктов	2.3.3
СК-6	Использовать методы семиотического анализа рекламных образов, символов и знаков при осуществлении профессиональной деятельности	2.4.1
СК-7	Применять в профессиональной деятельности технологии создания рекламных текстов, их литературного редактирования и копирайтинга	2.4.2
СК-8	Использовать методы управления рекламной деятельностью, разрабатывать стратегические и тактические планы рекламных кампаний, осуществлять оперативное управление рекламной деятельностью	2.5
СК-9	Использовать технологии проведения переговоров, применять современные средства коммуникаций, разрабатывать и осуществлять рекламно-коммуникационные кампании и мероприятия, формировать рекламно-коммуникационную инфраструктуру организации	2.6
СК-10	Продвигать товары и услуги промышленного назначения, использовать инструментарий маркетинговых исследований, планирования и организации мероприятий по продвижению на рынке B2B	2.7.1
СК-11	Определять приоритетные каналы распространения рекламы, показатели их эффективности, планировать этапы рекламной кампании во времени, распределять рекламный бюджет	2.7.2

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

С.А.Касперович

2022

СОГЛАСОВАНО

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

И.В.Титович

2022

Продолжение примерного учебного плана по специальности 6-05-0412-05 "Рекламная деятельность", регистрационный № _____.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
СК-12	Применять инструменты и техники продаж, использовать технологии искусства продаж в различных звеньях товародвижения	2.8.1
СК-13	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	2.8.2
СК-14	Использовать методы планировки торговой площади, выкладки товаров и стимулирования выбора потребителями определенной марки продукции	2.8.3
СК-15	Применять методы организации и оценки эффективности таргетированной и контекстной рекламы для улучшения узнаваемости продукции и услуг и привлечения дополнительных клиентов	2.9.1
СК-16	Использовать социальные сети для проведения рекламных кампаний по продвижению продукции, услуг, брендов, предприятий (организаций)	2.9.2
СК-17	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-18	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-19	Применять технологии брендинга в системе рекламных коммуникаций, продвигать бренды на рынке	2.11
СК-20	Управлять формированием и продвижением брендов с помощью инструментов и технологий рекламных коммуникаций	2.11
СК-21	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-22	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-23	Оформлять первичные учетные документы, применять методики оценки и учета активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов, проводить анализ хозяйственной деятельности	2.12.2
СК-24	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-25	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-26	Применять знания основных актов законодательства в сфере противодействия коррупции для выработки и реализации мер по ее предупреждению	2.14.3

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 6-05-0412-05" Рекламная деятельность".

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

СОГЛАСОВАНО

М.П.
_____ 2022

Председатель УМО по экономическому образованию

А.В.Егоров
М.П.
_____ 2022

Председатель НМС по маркетингу, логистике и рекламной деятельности

В.С.Протасеня
_____ 2022

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по экономическому образованию

Протокол № 1 от 05.09.2022

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

С.А.Касперович
_____ 2022

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

И.В.Титович
М.П.
_____ 2022

Эксперт-нормоконтролер

Т.А.Богомья
_____ 2022