

№ 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										
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 18 недель			2 семестр, 18 недель			3 семестр, 17 недель			4 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				
2.4	Модуль «Математическое обеспечение бизнес-аналитики и цифрового маркетинга»																									
2.4.1	Предиктивная аналитика	1		114	38	14	24					114	38	3											СК-10	
2.4.2	Моделирование рынка цифровых активов		1	108	36	12	24					108	36	3											СК-11	
2.4.3	Прикладные эконометрические модели	2		120	52	20	32								120	52	3								СК-12	
2.4.4	Оптимизационные модели большой размерности / Игровые модели и экспертные методы в бизнес-консалтинге		3	120	52	20	32									120	52	3							СК-13 / СК-14	
2.5	Модуль «Бизнес-анализ и веб-аналитика»																									
2.5.1	Системы и инструменты веб-аналитики	2		120	52	20	32								120	52	3								СК-15	
2.5.2	Бизнес-анализ и разработка прототипов систем / Блокчейн-технологии в бизнесе и маркетинге		2	120	52	20	32								120	52	3								СК-16 / СК-17	
2.6	Коммерциализация результатов научно-исследовательской деятельности		2	108	42	24	18								108	42	3								УК-5,6, СК-18	
2.7	Модуль «Инновационные подходы к управлению IT-развитием бизнеса и маркетинга»																									
2.7.1	Инструменты и технологии коммуникативного дизайна	2		120	52	20	32								120	52	3								СК-19	
2.7.2	Управление цифровой трансформацией бизнеса и маркетинга / Цифровой брендинг		3	110	44	24	20									110	44	3							СК-20 / СК-21	
2.7.3	Проектный менеджмент в IT-индустрии / Основы инженерии знаний		3	110	44	24	20									110	44	3							СК-22 / СК-23	
3.	Дополнительные виды обучения			/394	/218	/66	/24	/96	/32	/232	/134	/7	/162	/84	/5											
3.1	Основы информационных технологий ¹		/1	/72	/50	/26	/24			/72	/50	/2													УК-2	
3.2	Иностранный язык ¹	/2	/1	/142	/96			/96		/70	/48	/2	/72	/48	/2											УК-3
3.3	Философия и методология науки ¹	/2	/1	/180	/72	/40			/32	/90	/36	/3	/90	/36	/3											УК-1
Количество часов учебных занятий				3288	1120	436	440	244		1086	386	30	1122	386	30	1080	348	30								
Количество часов учебных занятий в неделю										21			21			20										
Количество экзаменов				15						5			5			5										
Количество зачетов				12						4			4			4										

IV. Практики				V. Магистерская диссертация			VI. Итоговая аттестация	
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Защита магистерской диссертации	
Технологическая	4	4	6	4	16	24		

VII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Применять методы научного познания в исследовательской деятельности, генерировать и реализовывать инновационные идеи	1.4.1, 3.3
УК-2	Решать научно-исследовательские и инновационные задачи на основе применения информационно-коммуникационных технологий	3.1
УК-3	Осуществлять коммуникации на иностранном языке в академической, научной и профессиональной среде для реализации научно-исследовательской и инновационной деятельности	2.1, 3.2
УК-4	Обеспечивать коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командообразованию и разработке стратегических целей и задач	1.4.1
УК-5	Развивать инновационную восприимчивость и способность к инновационной деятельности	1.4.1, 2.6
УК-6	Быть способным к прогнозированию условий реализации профессиональной деятельности и решению профессиональных задач в условиях неопределенности	2.6
УК-7	Применять психолого-педагогические методы и информационно-коммуникационные технологии в образовании и управлении	2.2
УК-8	Осуществлять педагогическую деятельность в учреждениях образования, осваивать и внедрять эффективные образовательные и информационно-коммуникационные технологии, педагогические инновации	2.2
УПК-1	Разрабатывать специализированные коммуникативные инструменты для управления контентом интернет-ресурсов организации и взаимодействия с клиентами и партнерами	1.1.1
УПК-2	Разрабатывать интеграционные решения поддержки бизнес-процессов на основе web-сервисов, облачных технологий, методов взаимодействия программных компонент и эффективных платформ поддержки бизнеса и цифрового маркетинга	1.1.2
УПК-3	Разрабатывать инструментальные средства автоматизации бизнес-процессов организации в условиях цифровой трансформации	1.1.3
УПК-4	Применять современные методы и инструменты к анализу больших массивов данных, выявлять закономерности функционирования объектов и процессов в бизнесе и цифровом маркетинге	1.2.1
УПК-5	Создавать компьютерные и имитационные модели и применять их для анализа систем в бизнесе и цифровом маркетинге	1.2.2

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

М.П.

2022

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УПК-6	Анализировать результаты нейромаркетинговых исследований в цифровом маркетинге и возможности их практического применения при разработке маркетинговых кампаний в режиме онлайн и офлайн	1.3.1
УПК-7	Решать прикладные задачи электронной коммерции математическим и техническим инструментарием алгоритмического маркетинга	1.3.2
СК-1	Применять знания документооборота и переговорного процесса в международной профессиональной деятельности	2.1
СК-2	Разрабатывать бизнес-планы и концепции инновационных проектов с расчетом и анализом ключевых экономических показателей	2.2.1
СК-3	Применять основные концепции и подходы поведенческой экономики для формирования эффективных стратегий бизнеса	2.2.2
СК-4	Применять прогрессивные технологии визуализации информации для обработки данных в бизнесе и маркетинге	2.3.1
СК-5	Использовать обоснованные решения клиент-серверной архитектуры и инновационные технологии программирования для эффективного управления бизнесом и маркетингом	2.3.2
СК-6	Применять методы и средства параллельного программирования для решения прикладных задач бизнеса и цифрового маркетинга	2.3.2
СК-7	Применять современные интеллектуальные системы для решения прикладных задач бизнеса и цифрового маркетинга	2.3.3
СК-8	Проектировать цифровые двойники объектов и процессов в бизнесе и маркетинге для принятия на их основе управленческих решений	2.3.3
СК-9	Проектировать базы данных большой размерности и организовывать процесс хранения и передачи экономической информации	2.3.4
СК-10	Применять инструменты и методы прогнозирования для изучения динамики ключевых показателей микро- и макросреды организации	2.4.1
СК-11	Строить модели, описывающие динамику рынков криптовалют, токенов и иных цифровых финансовых активов	2.4.2
СК-12	Использовать эконометрические методы и модели для выявления и анализа закономерностей экономических процессов на микро- и макроуровне	2.4.3
СК-13	Конструировать экономико-математические модели с использованием современных инструментов решения оптимизационных задач бизнеса и маркетинга	2.4.4
СК-14	Применять модели теории игр и методы экспертных оценок для обоснования практических рекомендаций в сфере бизнес-консалтинга	2.4.4
СК-15	Анализировать онлайн-поведение покупателей в магазинах электронной коммерции посредством методов, инструментов и систем цифрового маркетинга и веб-аналитики	2.5.1
СК-16	Разрабатывать требования к программному обеспечению и прототипы информационных систем на базе методологии, технологий и инструментов бизнес-анализа и прототипирования программного обеспечения	2.5.2
СК-17	Внедрять блокчейн-технологии и смарт-контракты в бизнес-процессы организации	2.5.2
СК-18	Внедрять результаты научно-исследовательской деятельности в сферу производства и услуг	2.6
СК-19	Решать методами коммуникативного дизайна прикладные задачи в маркетинговой деятельности онлайн и офлайн	2.7.1
СК-20	Владеть актуальными технологиями и инструментами менеджмента в условиях цифровой трансформации бизнеса и маркетинга	2.7.2
СК-21	Создавать коммерчески успешный бренд организации с помощью веб-сайтов, мобильных приложений и социальных сетей	2.7.2
СК-22	Управлять командой разработчиков и жизненным циклом программного обеспечения для бизнеса и маркетинга	2.7.3
СК-23	Применять прогрессивные методы извлечения, представления, структурирования и использования знаний до программной реализации компонентов информационных систем	2.7.3

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 7-06-0611-07 «Бизнес-аналитика и цифровой маркетинг».

¹ Изучение общеобразовательных дисциплин «Философия и методология науки», «Иностранный язык» завершается сдачей кандидатского экзамена, общеобразовательной дисциплины «Основы информационных технологий» – кандидатского зачета.

СОГЛАСОВАНО

Первый заместитель Министра промышленности Республики Беларусь

С.М.Гулько

м.п.

2022

Председатель УМО по образованию в области информатики и радиоэлектроники

В.А.Богущ

м.п.

2022

Председатель НМС по прикладным информационным системам и технологиям

О.И.Лаврова

2022

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

Протокол № ____ от _____ 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

2022