

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ**

Специальность 1-26 02 03 Маркетинг
Квалификация Маркетолог-экономист

**ВЫШЭЙШАЯ АДУКАЦЫЯ
ПЕРШАЯ СТУПЕНЬ**

Спецыяльнасць 1 26 02 03 Маркетынг
Кваліфікацыя Маркеталаг-эканаміст

**HIGHER EDUCATION
FIRST STAGE**

Speciality 1 26 02 03 Marketing
Qualification Marketing Specialist. Economist

УДК 378:1/3(083.74)

Ключевые слова: высшее образование, первая ступень, маркетинг, маркетолог-экономист, квалификационная характеристика, компетенции, образовательная программа, типовой учебный план по специальности, учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине, обеспечение качества, итоговая аттестация, зачетная единица, знания, умения, навыки.

Предисловие

РАЗРАБОТАН Учреждением образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ постановлением Министерства образования Республики Беларусь от _____ 2013 № _____

Настоящий образовательный стандарт не может быть тиражирован и распространен без разрешения Министерства образования Республики Беларусь

Издан на русском языке

Содержание

1 Область применения	4
2 Нормативные ссылки	4
3 Основные термины и определения	5
4 Общие положения	5
4.1 Общая характеристика специальности	5
4.2 Требования к уровню образования лиц, поступающих для получения высшего образования I ступени	6
4.3 Общие цели подготовки специалиста	6
4.4 Формы получения высшего образования I ступени	6
4.5 Сроки получения высшего образования I ступени	6
5 Характеристика профессиональной деятельности специалиста	7
5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста	7
5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста	7
5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста	7
5.4 Задачи профессиональной деятельности специалиста	7
5.5 Возможности продолжения образования специалиста	8
6 Требования к компетентности специалиста	8
6.1 Состав компетенций специалиста	8
6.2 Требования к академическим компетенциям специалиста	8
6.3 Требования к социально-личностным компетенциям специалиста	8
6.4 Требования к профессиональным компетенциям специалиста	8
7 Требования к учебно-программной документации	9
7.1 Состав учебно-программной документации	9
7.2 Требования к разработке учебно-программной документации	10
7.3 Требования к составлению графика образовательного процесса	10
7.4 Требования к структуре типового учебного плана по специальности	10
7.5 Требования к обязательному минимуму содержания учебных программ и компетенциям по учебным дисциплинам	13
7.6 Требования к содержанию и организации практик	23
8 Требования к организации образовательного процесса	23
8.1 Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса	23
8.2 Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса	24
8.3 Требования к научно-методическому обеспечению образовательного процесса	24
8.4 Требования к организации самостоятельной работы студентов	24
8.5 Требования к организации идеологической и воспитательной работы	24
8.6 Общие требования к формам и средствам диагностики компетенций	24
9 Требования к итоговой аттестации	26
9.1 Общие требования	26
9.2 Требования к государственному экзамену	26
9.3 Требования к дипломной работе	26
Приложение Библиография	27

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ. ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ
Специальность 1-26 02 03 Маркетинг
Квалификация Маркетолог-экономист

ВЫШЭЙШАЯ АДУКАЦЫЯ. ПЕРШАЯ СТУПЕНЬ
Спецыяльнасць 1-26 02 03 Маркетынг
Кваліфікацыя Маркеталаг-эканаміст

HIGHER EDUCATION. FIRST STAGE
Speciality 1 26 02 03 Marketing
Qualification Marketing Specialist. Economist

Дата введения 2013-09-01

1 Область применения

Стандарт применяется при разработке учебно-программной документации образовательной программы высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием, и образовательной программы высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» (далее, если не установлено иное – образовательные программы по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг»), учебно-методической документации, учебных изданий, информационно-аналитических материалов.

Стандарт обязателен для применения во всех учреждениях высшего образования Республики Беларусь, осуществляющих подготовку по образовательным программам по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг».

2 Нормативные ссылки

В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на следующие правовые акты:

СТБ 22.0.1-96 Система стандартов в сфере образования. Основные положения (далее – СТБ 22.0.1-96)

СТБ ИСО 9000-2006 Система менеджмента качества. Основные положения и словарь (далее – СТБ ИСО 9000-2006)

ОКРБ 011-2009 Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Специальности и квалификации» (далее – ОКРБ 011-2009)

ОКРБ 005-2011 Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Виды экономической деятельности» (далее – ОКРБ 005-2011)

Кодекс Республики Беларусь об образовании (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011, № 13, 2/1795) (далее – Кодекс Республики Беларусь об образовании)

3 Основные термины и определения

В настоящем образовательном стандарте применяются термины, определенные в Кодексе Республики Беларусь об образовании, а также следующие термины с соответствующими определениями:

Зачетная единица – числовой способ выражения трудоемкости учебной работы студента, основанный на достижении результатов обучения.

Квалификация – знания, умения и навыки, необходимые для той или иной профессии на рынках труда, подтвержденные документом об образовании (СТБ 22.0.1-96).

Компетентность – выраженная способность применять свои знания и умения (СТБ ИСО 9000-2006).

Компетенция – знания, умения, опыт и личностные качества, необходимые для решения теоретических и практических задач.

Обеспечение качества – скоординированная деятельность по руководству и управлению организацией, направленная на создание уверенности, что требования к качеству будут выполнены (СТБ ИСО 9000-2006).

Специальность – вид профессиональной деятельности, требующий определенных знаний, навыков и компетенций, приобретаемых путем обучения и практического опыта (ОКРБ 011-2009).

Маркетинг – область управленческой деятельности, включающая совокупность средств и способов удовлетворения и развития человеческих потребностей рыночными методами.

Маркетолог-экономист – квалификация специалиста с высшим образованием в области маркетинга.

4 Общие положения

4.1 Общая характеристика специальности

Специальность 1-26 02 03 «Маркетинг» в соответствии с ОКРБ 011-2009 относится к профилю образования Е «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и организация производства», направлению образования 26 «Управление» и обеспечивает получение квалификации «Маркетолог-экономист».

Согласно ОКРБ 011-2009 по специальности предусмотрены специализации:

- 1-26 02 03 01 «Рекламная деятельность»;
- 1-26 02 03 02 «Ценообразование»;
- 1-26 02 03 03 «Маркетинг банковского дела»;
- 1-26 02 03 04 «Маркетинг бюджетных и научных учреждений»;
- 1-26 02 03 05 «Международный маркетинг»;
- 1-26 02 03 06 «Промышленный маркетинг»;
- 1-26 02 03 07 «Маркетинг предприятий промышленности»;
- 1-26 02 03 08 «Маркетинг предприятия транспорта и коммуникаций»;
- 1-26 02 03 09 «Маркетинг в агропромышленном комплексе»;
- 1-26 02 03 10 «Маркетинг предприятий машиностроения»;
- 1-26 02 03 11 «Маркетинг в сфере физической культуры»;
- 1-26 02 03 12 «Маркетинг в туризме»;
- 1-26 02 03 13 «Маркетинг предприятия бытового обслуживания»;
- 1-26 02 03 14 «Маркетинг предприятий строительства»;
- 1-26 02 03 15 «Маркетинг в химической промышленности»;
- 1-26 02 03 16 «Маркетинг в промышленности строительных материалов»;
- 1-26 02 03 17 «Маркетинг в лесном комплексе»;
- 1-26 02 03 18 «Маркетинг в полиграфической промышленности»;

- 1-26 02 03 19 «Маркетинг в сфере производства и услуг радиоэлектронной промышленности»;
- 1-26 02 03 20 «Маркетинг в электронной коммерции»;
- 1-26 02 03 21 «Маркетинг на предприятиях связи»;
- 1-26 02 03 22 «Маркетинг в спорте, туризме и физической культуре».

4.2 Требования к уровню образования лиц, поступающих для получения высшего образования I ступени

4.2.1 На все формы получения высшего образования могут поступать лица, которые имеют общее среднее образование или профессионально-техническое образование с общим средним образованием либо среднее специальное образование, подтвержденное соответствующим документом об образовании.

4.2.2 Прием лиц для получения высшего образования I ступени осуществляется в соответствии с пунктом 9 статьи 57 Кодекса Республики Беларусь об образовании.

4.3 Общие цели подготовки специалиста

Общие цели подготовки специалиста:

- формирование и развитие социально-профессиональной, практико-ориентированной компетентности, позволяющей сочетать академические, социально-личностные, профессиональные компетенции для решения задач в сфере профессиональной и социальной деятельности;
- формирование личности специалиста, основной миссией которого является внедрение маркетинговой концепции управления экономикой;
- формирование и развитие навыков реализации маркетинговой концепции управления организацией;
- развитие нестандартного мышления, ориентированного на решение маркетинговых задач в условиях динамично меняющейся конъюнктуры рынка;
- выработка инновационного стиля мышления.

4.4 Формы получения высшего образования I ступени

Обучение по специальности предусматривает следующие формы: очная (дневная, вечерняя), заочная (в т.ч. дистанционная).

4.5 Сроки получения высшего образования I ступени

Срок получения высшего образования в дневной форме получения образования по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» составляет 4 года.

Срок получения высшего образования в вечерней форме составляет 4,5 года.

Срок получения высшего образования в заочной форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования в дистанционной форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» лицами, обучающимися по образовательной программе высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, может быть сокращен учреждением высшего образования при условии соблюдения требований настоящего образовательного стандарта.

Срок обучения по образовательной программе высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования,

в вечерней и заочной (в т.ч. дистанционной) формах может увеличиваться на 0,5 – 1 год относительно срока обучения по данной образовательной программе в дневной форме.

5 Характеристика профессиональной деятельности специалиста

5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста

Основными сферами профессиональной деятельности специалиста являются:

- А Сельское, лесное и рыбное хозяйство.
- В Горнодобывающая промышленность.
- С Обрабатывающая промышленность.
- F Строительство.
- G Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов.
- Н Транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность.
- К Финансовая деятельность и страховая деятельность.
- О Государственное управление.
- S Предоставление прочих видов услуг.

5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста

Объектами профессиональной деятельности специалиста являются отношения, возникающие при разработке и реализации стратегии деятельности организации (предприятия) на рынке, выполнении экономической, организационно-управленческой, проектно-исследовательской, научной и других видов деятельности в области маркетинга.

5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста

Специалист должен быть компетентен в следующих видах деятельности:

- организационно-управленческой;
- планово-экономической;
- информационно-аналитической;
- товарно-производственной;
- закупочно-сбытовой и торговой;
- инновационной.

5.4 Задачи профессиональной деятельности специалиста

Специалист должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

- обеспечение использования маркетинговой концепции в управлении организацией;
- обеспечение устойчивого функционирования организации путем эффективного применения инструментария маркетинга;
- выявление существующих и потенциальных возможностей организации по удовлетворению спроса на товары и услуги;
- обеспечение сбалансированности спроса и предложения;
- обеспечение социальной направленности маркетинга;
- применение современных маркетинговых концепций и технологий;
- осуществление планирования, организации и контроля маркетинга организации.

5.5 Возможности продолжения образования специалиста

Специалист может продолжить образование на II ступени высшего образования (магистратура) в соответствии с рекомендациями ОКРБ 011-2009.

6 Требования к компетентности специалиста

6.1 Состав компетенций специалиста

Освоение образовательных программ по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» должно обеспечить формирование следующих групп компетенций:

академических компетенций, включающих знания и умения по изученным учебным дисциплинам, умение учиться;

социально-личностных компетенций, включающих культурно-ценностные ориентации, знание идеологических, нравственных ценностей общества и государства и умение следовать им;

профессиональных компетенций, включающих способность решать задачи, разрабатывать планы и обеспечивать их выполнение в избранной сфере профессиональной деятельности.

6.2 Требования к академическим компетенциям специалиста

Специалист должен:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.
- АК-4. Уметь работать самостоятельно.
- АК-5. Быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью).
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.
- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.
- АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.
- АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

6.3 Требования к социально-личностным компетенциям специалиста

Специалист должен:

- СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.
- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.
- СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.
- СЛК-4. Владеть навыками здоровьесбережения.
- СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.
- СЛК-6. Уметь работать в команде.

6.4 Требования к профессиональным компетенциям специалиста

Специалист должен быть способен:

Организационно-управленческая деятельность

- ПК-1. Работать с юридической литературой и трудовым законодательством.
- ПК-2. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.
- ПК-3. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

- ПК-4. Анализировать и оценивать собранные данные.
- ПК-5. Вести переговоры, разрабатывать договоры (контракты) с другими заинтересованными участниками экономических отношений, в том числе и с зарубежными.
- ПК-6. Готовить доклады, материалы к презентациям.
- ПК-7. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.
- ПК-8. Владеть современными средствами телекоммуникаций.

Планово-экономическая деятельность

- ПК-9. Разрабатывать разделы бизнес-, маркетинг-планов, планов развития организации; разрабатывать планы закупок и прогнозы продаж.
- ПК-10. Разрабатывать технико-экономическое обоснование маркетинговых мероприятий организации.
- ПК-11. Определять экономическую и социальную эффективность маркетинговых мероприятий.
- ПК-12. Разрабатывать план маркетинговых исследований, анализировать их результаты и использовать при разработке и осуществлении комплекса маркетинга организации.
- ПК-13. Прогнозировать технико-экономические показатели деятельности организации.

Информационно-аналитическая деятельность

- ПК-14. Анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, оценивать ее экономический потенциал, сильные и слабые стороны.
- ПК-15. Осуществлять информационное обеспечение маркетинга.
- ПК-16. Изучать поведение покупателей и потребителей.
- ПК-17. Осуществлять анализ маркетинговой деятельности организации.

Товарно-производственная деятельность

- ПК-18. Разрабатывать товарную политику и товарные стратегии организации.
- ПК-19. Планировать товарный ассортимент организации с учетом спроса.
- ПК-20. Разрабатывать предложения по формированию производственной программы.
- ПК-21. Осуществлять поиск и разработку идей по созданию новых и совершенствованию существующих товаров.

Закупочно-сбытовая и торговая деятельность

- ПК-22. Разрабатывать и осуществлять политику закупок товаров.
- ПК-23. Разрабатывать и осуществлять сбытовую политику организации.
- ПК-24. Прогнозировать объемы закупок, продаж и товарооборот.
- ПК-25. Использовать комплекс маркетинговых коммуникаций для формирования спроса и стимулирования продаж.

Инновационная деятельность

- ПК-26. Осуществлять поиск, систематизацию и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям.
- ПК-27. Определять цели инноваций и способы их достижения.
- ПК-28. Работать с научной, технической и патентной литературой.

7 Требования к учебно-программной документации

7.1 Состав учебно-программной документации

Образовательные программы по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг», включают следующую учебно-программную документацию:

- типовой учебный план по специальности;
- учебный план учреждения высшего образования по специальности (специализации);
- типовые учебные программы по учебным дисциплинам;
- учебные программы учреждения высшего образования по учебным дисциплинам;

– программы практик.

7.2 Требования к разработке учебно-программной документации

7.2.1 Максимальный объем учебной нагрузки студента не должен превышать 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной работы.

7.2.2 Объем обязательных аудиторных занятий, определяемый учреждением высшего образования с учетом специальности, специфики организации образовательного процесса, оснащения учебно-лабораторной базы, информационного, научно-методического обеспечения, устанавливается в пределах 24-32 часа в неделю.

7.2.3 В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, включается время, предусмотренное на подготовку к экзамену (экзаменам) по учебной дисциплине.

7.3 Требования к составлению графика образовательного процесса

7.3.1 Примерное количество недель по видам деятельности для дневной формы получения высшего образования определяется в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1

Виды деятельности, устанавливаемые в учебном плане	Количество недель	Количество часов
Теоретическое обучение	123	6642
Экзаменационные сессии	24	1296
Практика	16	864
Дипломное проектирование	8	432
Итоговая аттестация	4	216
Каникулы	24	-
Итого	199	9450

7.3.2 При разработке учебного плана учреждения высшего образования по специальности (специализации) учреждение высшего образования имеет право вносить изменения в график образовательного процесса при условии соблюдения требований к содержанию образовательной программы, указанных в настоящем образовательном стандарте.

7.3.3 При заочной форме получения высшего образования студенту должна быть обеспечена возможность учебных занятий с лицами из числа профессорско-преподавательского состава в объеме не менее 200 часов в год.

7.4 Требования к структуре типового учебного плана по специальности

7.4.1 Типовой учебный план по специальности разрабатывается в соответствии со структурой, приведенной в таблице 2 образовательного стандарта.

Таблица 2

№ п/п	Наименование циклов дисциплин, учебных дисциплин и видов деятельности студента	Объем работы (в часах)			Зачетные единицы	Коды формируемых компетенций
		Все-го	из них			
			аудиторные занятия	самостоятельная работа		
1	2	3	4	5	6	7
1	Цикл социально-гуманитарных дисциплин	476	230	246	13	
	<i>Государственный компонент</i>	<i>332</i>	<i>162</i>	<i>170</i>	<i>9</i>	

1.1	Интегрированный модуль «Философия»	152	76	76	4	АК-1,3,6; СЛК-1,6
1.2	Интегрированный модуль «Политология»	72	34	38	2	АК-1,3,6; СЛК-1,6
1.3	Интегрированный модуль «История»	72	34	38	2	АК-1,3,6; СЛК-1
1.4	Социология	36	18	18	1	АК-1,2,6; СЛК-1,2,5
	Компонент учреждения высшего образования	144	68	76	4	АК-1,3,6; СЛК-1,2,5,6
2	Цикл общенаучных и общепрофессиональных дисциплин	1982	1084	898	49,5	
	<i>Государственный компонент</i>	<i>1198</i>	<i>654</i>	<i>544</i>	<i>30</i>	
2.1	Высшая математика	396	206	190	9,5	АК-2,3; ПК-4
2.2	Иностранный язык	284	150	134	7	АК-3,4,8; СЛК-2-3; ПК-3,6,7,8
2.3	Безопасность жизнедеятельности человека	102	68	34	2,5	АК-3,4,8; СЛК-1-4
2.4	Экономическая теория	152	76	76	4	АК-1-3
2.5	Микроэкономика	116	68	48	3	АК-1-3; ПК-2,6,7
2.6	Макроэкономика	148	86	62	4	АК-1-3; ПК-28
	Компонент учреждения высшего образования	784	430	354	19,5	АК-2,3,7-9; СЛК-1-3; ПК-2,4,6-8
3	Цикл специальных дисциплин	3300	1854	1446	82,5	
	<i>Государственный компонент</i>	<i>2242</i>	<i>1204</i>	<i>1038</i>	<i>55</i>	
3.1	Компьютерные информационные технологии	350	188	162	8	АК-2-4,7,9; СЛК-2,3,6; ПК-4,7,8,26
3.2	Экономика природопользования	110	52	58	3	ПК-1,2
3.3	Международная экономика	110	52	58	3	ПК-8
3.4	Статистика	172	102	70	4	АК-1-4,7; ПК-2,4
3.5	Национальная экономика Беларуси	136	72	64	3	ПК-1,4
3.6	Эконометрика и экономико-математические методы и модели	144	72	72	3,5	АК-2,4,7; ПК-2
3.7	Маркетинг	530	292	238	13	АК-1-4; СЛК-2,3,6; ПК-2-6,9-11,14,15,17,20,26
3.8	Маркетинговые исследования	254	126	128	6,5	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-2-4,6,12-15,17, 24,26
3.9	Маркетинг инноваций	162	108	54	4	АК-1-4,6; СЛК-2,3,6; ПК-2-4,6,14,17,21, 26,27
3.10	Маркетинговые коммуникации	274	140	134	7	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-2-6,8,10,11,15,16,25

	<i>Компонент учреждения высшего образования</i>	<i>1058</i>	<i>650</i>	<i>408</i>	<i>27,5</i>	АК-1-9; ПК-1-3,6,9-25
4	Цикл дисциплин специализации	684	354	330	18	ПК-1-3,6, 9-25
5	Выполнение курсовых работ	160		160	4	АК-1-8; ПК-1,4,6,9-26
6	Факультативные дисциплины	40	40			ПК-1,26,28
7	Экзаменационные сессии	1296		1296	31	АК-8; СЛК-2,3; ПК-6,9-21,25
	Всего	7938	3562	4376	198	
8	Практика (16 недель)	864		864	24	
8.1	Ознакомительная (учебная) практика, 2 недели	108		108	3	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-4,6-8
8.2	Аналитическая (производственная) практика, 2 недели	108		108	3	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-4,6-8,14-17, 26
8.3	Организационно-экономическая (производственная) практика, 4 недели	216		216	6	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-4,6-8,11-17, 19,24-26
8.4	Преддипломная практика, 8 недель	432		432	12	АК-1-4,8; СЛК-2,3,6; ПК-1-26
9	Дипломная работа	432		432	12	АК-1-8; ПК-1-26
10	Итоговая аттестация	216		216	6	АК-8; СЛК-2,3; ПК-1-26
11	Дополнительные виды обучения	/420	/420			
11.1	Физическая культура	/420	/420			СЛК-4,6

7.4.2 На основании типового учебного плана по специальности разрабатывается учебный план учреждения высшего образования по специальности (специализации), в котором учреждение высшего образования имеет право изменять количество часов, отводимых на освоение учебных дисциплин, в пределах 15 %, а объемы циклов дисциплин – в пределах 10 % без превышения максимального недельного объема нагрузки студента и при сохранении требований к содержанию образовательной программы, указанных в настоящем образовательном стандарте.

7.4.3 При разработке учебного плана учреждения высшего образования по специальности (специализации) рекомендуется предусматривать учебные дисциплины по выбору студента, количество учебных часов на которые составляет до 50 % от количества учебных часов, отводимых на компонент учреждения высшего образования.

7.4.4 Перечень компетенций, формируемых при изучении учебных дисциплин компонента учреждения высшего образования, дополняется учреждением высшего образования в учебных программах.

7.4.5 Одна зачетная единица соответствует 36–40 академическим часам.

Сумма зачетных единиц при получении высшего образования в дневной форме должна быть равной 60 за 1 год обучения. Сумма зачетных единиц за весь период обучения при получении высшего образования в вечерней и заочной (в т.ч. дистанционной) формах должна быть равной сумме зачетных единиц за весь период обучения при получении высшего образования в дневной форме.

7.4.6 Учреждения высшего образования имеют право переводить до 40% предусмотренных типовым учебным планом по специальности аудиторных занятий в управляемую самостоятельную работу студента.

7.5 Требования к обязательному минимуму содержания учебных программ и компетенциям по учебным дисциплинам

7.5.1 Проектируемые результаты освоения учебной программы по учебной дисциплине государственного компонента каждого цикла представляются в виде обязательного минимума содержания и требований к знаниям, умениям и владениям.

7.5.2 Цикл социально-гуманитарных дисциплин устанавливается в соответствии с образовательным стандартом «Высшее образование. Первая ступень. Цикл социально-гуманитарных дисциплин», включающим обязательный минимум содержания и требования к компетенциям, и с учетом Концепции оптимизации содержания, структуры и объема социально-гуманитарных дисциплин в учреждениях высшего образования.

7.5.3 Цикл общенаучных и общепрофессиональных дисциплин

Высшая математика

Линейная алгебра, аналитическая геометрия и математический анализ.

Теория вероятностей и математическая статистика.

Математическое программирование.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- методы матричной алгебры и аналитической геометрии, математический аппарат функций одной и многих переменных, основы дифференциальных уравнений, числовые и степенные ряды;
- основные понятия и теоремы теории вероятностей, законы распределения случайных величин, методы обработки и анализа статистических данных;
- методы решения задач на экстремум;

уметь:

- решать задачи матричной алгебры, аналитической геометрии и математического анализа, анализировать задачи с экономическим содержанием;
- применять вероятностные и статистические методы для решения экономических задач;
- исследовать оптимизационные задачи методами математического программирования с использованием компьютерных технологий;

владеть:

- методикой применения методов матричной алгебры, аналитической геометрии, дифференциального и интегрального исчисления, теории вероятностей и математической статистики при решении математических и экономических задач.

Иностранный язык

Фонетика. Орфография. Грамматика. Общеупотребительная лексика и терминологическая лексика специальности. Чтение и обсуждение текстов социокультурной, страноведческой и профессиональной тематики. Реферирование и аннотирование профессионально ориентированных текстов. Аудирование. Устная деловая коммуникация: деловые встречи и совещания, разговоры по телефону, деловые переговоры, презентации. Деловая корреспонденция.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- особенности системы изучаемого иностранного языка в его фонетическом, лексическом и грамматическом аспектах;

- социокультурные нормы бытового и делового общения, а также правила речевого этикета, позволяющие специалисту эффективно использовать иностранный язык как средство общения в современном поликультурном мире;
- историю и культуру стран изучаемого языка;

уметь:

- вести общение социокультурного и профессионального характера на изучаемом иностранном языке;
- читать и понимать содержание профессионально ориентированных текстов различных жанров;
- понимать на слух аутентичную иноязычную речь в типичных ситуациях социокультурного и профессионального общения;
- письменно выражать свои коммуникативные намерения в форме разножанровых речевых произведений (аннотации, реферата, тезисов, делового и частного письма, биографии);

владеть:

- навыками диалогического и монологического подготовленного и неподготовленного говорения на иностранном языке в типичных ситуациях социокультурного и профессионального общения;
- всеми видами чтения, предполагающими разную степень охвата содержания прочитанного (изучающее, ознакомительное, просмотровое и поисковое чтение);
- навыками восприятия на слух иноязычной речи в естественном темпе с последующим выражением своего коммуникативного намерения по поводу услышанного на иностранном языке;
- навыками реферирования и аннотирования профессионально ориентированных и общенаучных текстов;
- навыками ведения деловой корреспонденции на иностранном языке.

Безопасность жизнедеятельности человека

Организация защиты населения и объектов от чрезвычайных ситуаций. Первая помощь пораженным в чрезвычайных ситуациях. Обеспечение радиационной безопасности. Глобальные экологические проблемы. Обеспечение охраны окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов. Обеспечение энергетической безопасности и энергетической независимости Республики Беларусь. Энергосберегающие технологии в быту. Обеспечение охраны труда. Санитарно-гигиенические требования к производственной среде. Производственная безопасность.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- законодательство в области пожарной и радиационной безопасности, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций;
- основные принципы, средства и способы защиты от чрезвычайных ситуаций;
- основы рационального природопользования, меры по предупреждению экологического неблагополучия геосфер Земли;
- приоритетные направления государственной политики в области энергосбережения;
- законодательство в области охраны труда;

уметь:

- осуществлять организационные и технические мероприятия по обеспечению безопасности жизнедеятельности;
- анализировать ситуацию, распознавать источник опасности и предпринимать действия по спасению собственной жизни, жизни производственного персонала, уменьшению ущерба здоровью людей;
- использовать средства индивидуальной и коллективной защиты;

владеть:

- навыками защиты от чрезвычайных ситуаций и опасных производственных факторов;

– навыками оказания первой помощи в чрезвычайных ситуациях, при несчастных случаях на производстве и в быту.

Экономическая теория

Предмет и метод экономической теории. Потребности и ресурсы. Проблема выбора в экономике. Экономические системы. Рыночная экономика и ее модели. Спрос, предложение и рыночное равновесие. Эластичность спроса и предложения. Основы поведения субъектов рыночной экономики. Основные макроэкономические показатели. Денежный рынок. Денежно-кредитная система. Финансовый сектор экономики и основы его функционирования. Общее макроэкономическое равновесие: модель совокупного спроса и совокупного предложения (модель AD-AS). Макроэкономическая нестабильность. Мировая экономика и современные тенденции ее развития. Платежный баланс. Валютный курс.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные экономические категории и законы;
- важнейшие тенденции развития экономических явлений и процессов;
- мотивы поведения потребителей и товаропроизводителей;
- механизмы функционирования денежно-кредитной и финансовой систем;
- особенности протекания экономических процессов в Республике Беларусь;

уметь:

- анализировать и систематизировать экономическую информацию;
- использовать инструменты экономического анализа при изучении экономической политики и оценивать конкретные ситуации, сложившиеся в результате ее реализации;
- обобщать опыт других стран в области экономического регулирования;
- применять полученные знания при принятии производственных решений в будущей профессиональной деятельности;
- компетентно излагать и обосновывать свою точку зрения при обсуждении экономических проблем;
- решать задачи и тесты в целях более глубокого освоения материала;

владеть:

- базовыми теоретическими знаниями и применять их в конкретных экономических ситуациях;
- основными подходами исследовательской работы;
- навыками анализа источников информации для проведения экономических расчетов.

Микроэкономика

Введение в микроэкономiku. Теория поведения потребителя. Теория производства. Рыночное поведение конкурентных фирм. Чистая монополия. Монополистическая конкуренция. Олигополия. Ценообразование на рынках производственных ресурсов. Рынок труда. Рынок капитала. Предпринимательская способность и экономическая прибыль. Рынок земли. Общее равновесие и общественное благосостояние. Теория внешних эффектов. Информация, неопределенность и риск в экономике. Общественные блага. Теория общественного выбора.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия и принципы учебной дисциплины «Микроэкономика»;
- основы поведения потребителей и производителей в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на товарных и ресурсных рынках;
- условия общего равновесия и экономической эффективности;
- направления, методы и экономические границы государственной микроэкономической политики;

уметь:

- анализировать микроэкономические процессы, происходящие в Республике Беларусь и за рубежом;
- использовать теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора;
- аргументировано отстаивать свою точку зрения в дискуссиях по актуальным проблемам микроэкономики;
- решать задачи и тесты, закрепляющие учебный материал;

владеть:

- базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач;
- междисциплинарным подходом при решении микроэкономических проблем;
- современными средствами телекоммуникаций;
- методами оценки конкурентоспособности и экономической эффективности разрабатываемых технологий.

Макроэкономика

Введение в макроэкономику. Макроэкономическое равновесие в классической модели. Макроэкономическое равновесие на товарном рынке в модели совокупных доходов и расходов. Одновременное макроэкономическое равновесие на товарном и денежном рынках: модель IS–LM. Бюджетно-налоговая (фискальная) политика. Денежно-кредитная политика. Совокупное предложение и кривая Филлипса. Стабилизационная политика. Экономический рост. Социальная политика государства. Макроэкономическое равновесие и макроэкономическая политика в открытой экономике. Трансформационная экономика.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные категории учебной дисциплины «Макроэкономика»;
- взгляды представителей различных экономических школ на механизм функционирования национальной экономики в целом;
- основные инструменты макроэкономической политики;
- механизм влияния инструментов макроэкономической политики на макроэкономические параметры национальной экономики;

уметь:

- анализировать макроэкономические процессы, происходящие в Республике Беларусь и за рубежом, прогнозировать развитие макроэкономических процессов и последствий макроэкономической политики в открытой экономике;
- использовать теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора;
- аргументировано отстаивать свою точку зрения в дискуссиях по актуальным проблемам макроэкономики;
- решать задачи и тесты, закрепляющие учебный материал;

владеть:

- базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач;
- системным и сравнительным анализом;
- междисциплинарным подходом при решении экономических проблем.

7.5.4 Цикл специальных дисциплин

Компьютерные информационные технологии

Основные понятия компьютерных информационных технологий (КИТ). Техническое обеспечение КИТ. Сетевые информационные технологии. Системное и прикладное программное обеспечение (ПО). Системы программирования. Организация

экономической информации. Модели данных. Проектирование базы данных (БД). Системы управления базами данных (СУБД). Введение в язык SQL. Системы обработки многопользовательских БД. Администрирование БД. Базы знаний и модели представления знаний. Основные понятия корпоративных информационных систем (КИС). Информационные ресурсы КИС. Техническое и программное обеспечение КИС. Системы искусственного интеллекта. Безопасность КИС. Проектирование КИС.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- базовые понятия КИТ, функциональные элементы компьютеров и компьютерных сетей, назначение и состав системного и прикладного ПО, основы программирования в среде офисных приложений на языке VBA;
- понятие БД и подходы к проектированию БД, функциональные возможности СУБД и языка SQL, системы обработки многопользовательских БД, функции администратора БД, понятие базы знаний и модели представления знаний;
- принципы организации КИС в предметной области, стандарты в области КИС, технологии моделирования бизнес-процессов, понятие реинжиниринга бизнес-процессов, основные методы и средства защиты информации в КИС;

уметь:

- определять конфигурацию персонального компьютера, использовать сервисы сети Internet при решении профессиональных задач, разрабатывать и публиковать Web-страницы, разрабатывать макросы и модули на языке VBA;
- проектировать БД, работать с базами знаний в экспертных системах;
- работать в системах искусственного интеллекта, моделировать бизнес-процессы, формулировать задание на проектирование КИС, решать экономические задачи средствами КИС;

владеть:

- навыками создания текстовых, табличных, графических документов и динамических презентаций;
- технологиями создания БД и их приложений.

Экономика природопользования

Теоретические основы экономики природопользования. Эколого-экономические проблемы использования и охраны природных ресурсов. Институциональные механизмы регулирования природопользования. Экономические оценки природопользования. Экономический механизм охраны окружающей среды и природопользования. Экономическое обоснование природоохранных затрат. Международное сотрудничество в природоохранной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные закономерности и принципы природопользования;
- теоретико-методологические основы экономики природопользования, методы определения базовых эколого-экономических показателей, необходимых для принятия оптимальных хозяйственных и природоохранных решений;
- особенности формирования и функционирования институциональных механизмов природопользования в условиях становления рыночных отношений;
- сущность и инструменты экономического стимулирования ресурсосберегающей и природоохранной деятельности;
- опыт расширения и укрепления международного сотрудничества как способа эффективного решения эколого-экономических проблем;

уметь:

- осуществлять эколого-экономический анализ и рассчитывать экономические показатели антропогенного воздействия на окружающую среду;

- рассчитывать показатели экономического ущерба от загрязнения и истощения окружающей среды, показатели социально-экономической эффективности экологических издержек;
- проводить экономическую оценку природно-ресурсного потенциала территорий;
- использовать полученные знания и навыки в дальнейшей практической деятельности в целях обеспечения реализации стоящих перед обществом задач экологизации социально-экономического развития;

владеть:

- методологией формирования и реализации эколого-сбалансированной политики для принятия хозяйственных решений на различных уровнях управления национальной экономикой;
- методами экономической оценки природных ресурсов и оценки экономического ущерба от загрязнения и истощения окружающей среды;
- методами эколого-экономического анализа хозяйственной деятельности организаций (предприятий).

Международная экономика

Предмет учебной дисциплины и методология. Международная экономика: черты, этапы становления, структура и тенденции развития мировой экономики. Интеграционные процессы. Национальное и международное регулирование мирохозяйственных связей. Международная торговля и торговая политика. Международное движение капитала. Международная миграция рабочей силы. Платежный баланс. Мировая валютная система и валютный рынок. Республика Беларусь в международной экономике.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- предмет и методологию учебной дисциплины, содержание, этапы формирования теории мировой экономики и МЭО, структуру и тенденции развития мировой экономики;
- основные тенденции развития международных рынков товаров, услуг, капитала, рабочей силы;
- содержание, основные статьи платежного баланса;
- содержание международных валютных отношений и их составляющих;

уметь:

- оценивать процессы, происходящие в мировой экономике, определять тенденции и перспективы развития стран, групп стран, мировой экономики;
- оценивать процессы, идущие на мировых рынках (рынке товаров, рынке капиталов, рынке труда и мировом валютном рынке);
- использовать формы и методы, инструменты государственного и наднационального регулирования международных экономических отношений;
- анализировать состояние мирохозяйственных связей для принятия управленческих решений;

владеть:

- базовыми научно-теоретическими знаниями для решения практических задач;
- исследовательскими навыками для анализа современных тенденций развития рынков товаров, услуг, капитала, финансовых инструментов, рабочей силы;
- системным и сравнительным анализом для интерпретации динамики основных экономических показателей и оценки их влияния на процессы, происходящие в международной экономике.

Статистика

Общая теория статистики: статистическое наблюдение; сводка и группировка статистических данных; статистические таблицы; система обобщающих абсолютных, относительных и средних статистических показателей; статистическое изучение

вариации; выборочное наблюдение; ряды динамики; индексный метод; статистическое изучение связи социально-экономических явлений.

Социально-экономическая статистика: классификация хозяйственных объектов; система национальных счетов, показатели производства товаров и услуг, образования, распределения и использования доходов, операций с капиталом; статистика национального богатства; статистика населения и трудовых ресурсов, эффективности функционирования экономики, уровня жизни населения.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- принципы и методы организации получения и обработки статистических данных;
- сущность обобщающих показателей;
- классификацию хозяйственных субъектов и операций рыночной экономики;
- концептуальные основы знаний о системе национального счетоводства по стандартной методологии ООН;
- основы статистической методологии балансировки материально-вещественных и финансовых потоков по стадиям общественного производства;

уметь:

- правильно формировать массив исходной статистической информации;
- анализировать с помощью системы статистических показателей состояние и развитие общественных явлений;
- выявлять взаимосвязи и закономерности в развитии социально-экономических явлений;
- исчислять и анализировать макроэкономические показатели национальных счетов, населения и трудовых ресурсов, эффективности общественного производства и уровня жизни населения;

владеть:

- системным и сравнительным анализом;
- междисциплинарным подходом при решении экономических проблем;
- методами анализа статистических данных;
- базовыми знаниями для решения теоретических и практических задач в области проведения статистического исследования и изучения социально-экономических процессов на макроуровне с использованием методологии национального счетоводства как статистического метода.

Национальная экономика Беларуси

Научные основы национальной экономики. Основные макроэкономические показатели и пропорции национальной экономики. Понятие и состав совокупного экономического потенциала страны. Экономический рост. Хозяйственные комплексы национальной экономической системы. Региональная структура национальной экономики. Проблемы перехода от централизованно планируемой к рыночной экономике. Перспективная модель национальной экономики Беларуси. Экономическая роль государства в Республике Беларусь. Экономика Беларуси в системе мирохозяйственных связей.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные теории и концепции формирования перспективной модели национальной экономики, цели, содержание и специфику государственного регулирования экономики в условиях перехода к устойчивому развитию;
- национальную экономику Республики Беларусь как социально-экономическую систему в ее воспроизводственном, отраслевом, технологическом и региональном структурных разрезах, характерные черты белорусской модели социально-экономического развития;

уметь:

- выявлять, характеризовать и анализировать целостную систему национальной экономики, темпы роста производства, структуру экономики, внутренние и внешние

факторы, влияющие на принятие макроэкономических решений, особенности развития национальной экономики на соответствующих исторических этапах, проблемы в системе национальной экономики в ее отдельных сферах и отраслях;

владеть:

- навыками составления отдельных разделов социально-экономических прогнозов в зависимости от уровня управления, а также организации контроля над их выполнением;
- методами оценки конкретных ситуаций и принятия решений о направлениях развития национальной экономики Республики Беларусь.

Эконометрика и экономико-математические методы и модели

Экономико-математические модели и методика их построения. Предмет эконометрики и область ее применения. Модели множественной линейной и нелинейной регрессии. Моделирование временных рядов. Системы эконометрических уравнений. Критерии оптимальности в экономико-математическом моделировании. Экономико-математические методы и модели оптимального планирования в промышленности. Экономико-математические методы и модели оптимального планирования в АПК. Экономико-математические методы и модели в сфере финансовой и кредитной деятельности организаций. Экономико-математические методы и модели во внешнеэкономической деятельности. Экономико-математические методы и модели в сфере услуг. Модели межотраслевого баланса.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основы эконометрического моделирования, анализа и прогнозирования;
- методы и модели межотраслевого баланса, оптимального программирования, теории массового обслуживания, теории игр, управления запасами, сетевого планирования и управления;
- современные пакеты прикладных программ по эконометрике и экономико-математическому моделированию;

уметь:

- проводить идентификацию эконометрических моделей;
- моделировать экономические ситуации, связанные с оптимизацией исследуемых процессов;
- решать экономические задачи эконометрическими и оптимизационными методами;

владеть:

- основными приемами обработки статистических данных;
- методами аналитического и численного решения эконометрических и экономико-математических задач.

Маркетинг

Основы маркетинга. Эволюция взглядов и формирование методологии маркетинга. Школы маркетинга. Виды маркетинга. Функции маркетинга. Товарная политика. Политика распределения. Коммуникационная политика. Ценовая политика. Маркетинговая среда организации. Методология и инструментарий маркетинга. Маркетинговые модели. Маркетинг взаимоотношений.

Международный маркетинг. Особенности международного маркетинга. Особенности исследования зарубежных рынков. Маркетинговая среда предприятия, работающего на мировом рынке. Товарная и ценовая политика предприятия на внешних рынках. Особенности разработки и осуществления политики распределения на зарубежных рынках. Продвижение товаров на зарубежных рынках.

Стратегический маркетинг. Управление стратегическим маркетингом. Анализ маркетинговых возможностей, формирование маркетинговых стратегий, реализация маркетинговых стратегий. Конкурентное дифференцирование и позиционирование.

Маркетинговые стратегии на различных этапах жизненного цикла товара. Стратегический контроль в маркетинге. Маркетинговый аудит.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- сущность, основные понятия и категории маркетинга;
- концепции и виды маркетинга;
- инструментарий маркетинга;

уметь:

- формировать концепцию маркетинга для конкретных областей и сфер деятельности;
- осуществлять анализ внешней и внутренней маркетинговой среды организации;
- разрабатывать и реализовывать стратегию маркетинга;

владеть:

- знаниями, позволяющими формировать товарную и ценовую политику на целевых рынках;
- методами маркетинговых исследований;
- инструментами коммуникационной политики и политики распределения;
- функциями управления маркетинговой деятельностью;
- методами оценки эффективности маркетинговой деятельности.

Маркетинговые исследования

Цели, задачи и методология маркетинговых исследований на предприятии. Виды и источники информации. Планирование, организация и проведение маркетинговых исследований. Качественные способы сбора маркетинговой информации. Выборочные методы исследования. Подготовка данных к анализу. Методы анализа маркетинговой информации. Подготовка отчета о результатах маркетингового исследования.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- методы маркетинговых исследований и область их применения;
- методику разработки программы маркетинговых исследований;
- виды, источники и методы сбора первичной и вторичной информации;

уметь:

- использовать инструментарий маркетинговых исследований;
- составлять анкеты и формы для записи результатов наблюдения;
- осуществлять подготовку отчета о результатах проведенного маркетингового исследования;

владеть:

- системным и сравнительным анализом;
- методами анализа статистических данных.

Маркетинг инноваций

Сущность маркетинга инноваций. Концепция маркетинга инноваций и ее элементы. Цели, задачи, функции и инструменты маркетинга инноваций. Маркетинговые технологии целенаправленного поиска инновационных идей. Управление ассортиментом (номенклатурой) инновационного продукта. Формирование цен инновационного продукта. Использование ресурсов сети Интернет для продвижения инновационного продукта. Проектирование системы сбыта инновационного продукта.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- цели, задачи, функции, объект и предмет маркетинга инноваций;
- методы проектирования, разработки, создания, рыночной оценки и позиционирования инновационного продукта;
- формы и методы продвижения и сбыта инновационного продукта;

уметь:

- идентифицировать запросы инновационных потребителей;
- осуществлять рыночное позиционирование инновационного продукта и определять его рыночный потенциал;

владеть:

- методами целенаправленного поиска и генерирования инновационных идей;
- методами прогнозирования рынка, цен и других характеристик инноваций;
- методами маркетингового анализа инновационного проекта.

Маркетинговые коммуникации

Теоретические основы коммуникаций: сущность, содержание. Виды и уровни коммуникаций. Профессионально ориентированные коммуникации. Система маркетинговых коммуникаций. Коммуникационные характеристики рекламы. Каналы распространения информации. Проведение рекламной кампании. Связи с общественностью, их понятие и роль в формировании общественного мнения о товаре, изготовителе, продавце и стране. Прямой маркетинг и стимулирование продаж как элементы маркетинговых коммуникаций. Личные продажи товаров. Выставочная деятельность в системе маркетинговых коммуникаций. Фирменный стиль: создание и продвижение. Понятие брендинга и его разработка. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет: основные инструменты и оценка результативности их применения. Управление маркетинговыми коммуникациями: информационное обеспечение, планирование, организация, контроль, определение эффективности. Система регулирования маркетинговых коммуникаций.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- сущность маркетинговых коммуникаций;
- элементы маркетинговых коммуникаций;
- нормативную базу маркетинговых коммуникаций;
- методику проведения рекламных кампаний;
- способы рекламирования, содержание деятельности рекламных агентов и рекламных служб организаций;
- методы разработки и реализации мероприятий публичных рилейшнз;
- методику планирования и организации личных продаж;
- методы стимулирования продаж;

уметь:

- разрабатывать коммуникационную политику организации;
- разрабатывать рекламные сообщения;
- планировать и организовывать рекламные кампании;
- применять эффективные технологии личных продаж;
- определять и применять эффективные способы стимулирования продаж;

владеть:

- базовыми и научно-теоретическими знаниями для решения теоретических и практических задач;
- навыками проведения системного и сравнительного анализа;
- современными информационно-компьютерными технологиями;
- способностью к межличностным коммуникациям;
- навыками разработки и осуществления сбытовой политики организации;
- комплексом маркетинговых коммуникаций для формирования спроса и стимулирования продаж.

7.5.5 Содержание учебных дисциплин компонента учреждения высшего образования и учебных дисциплин цикла специализаций (при его наличии), а также требования к

компетенциям по этим учебным дисциплинам устанавливаются учебными программами учреждения высшего образования по учебным дисциплинам на основе требований настоящего образовательного стандарта.

7.6 Требования к содержанию и организации практик

При прохождении практики формируются или развиваются компетенции, приведенные в таблице 2 настоящего образовательного стандарта.

7.6.1 Ознакомительная (учебная) практика

Ознакомительная практика должна быть нацелена на закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний по одной или группе изучаемых учебных дисциплин, приобретение практических навыков самостоятельной работы, выработку умений применять их при решении конкретных экономических вопросов. Продолжительность ознакомительной практики должна составлять не более 2-х недель.

7.6.2 Аналитическая (производственная) практика

Аналитическая практика должна быть нацелена на закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний по изучаемым специальным дисциплинам, приобретение практических навыков проведения экономического анализа деятельности предприятия, выработку умений применять их при решении конкретных экономических вопросов. Продолжительность аналитической практики должна составлять не более 2-х недель.

7.6.3 Организационно-экономическая (производственная) практика

Задачей организационно-экономической практики является приобретение студентами профессиональных навыков по специальности, закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении специальных дисциплин, а также привитие профессиональных навыков организаторской деятельности в условиях трудового коллектива. Продолжительность организационно-экономической практики должна составлять не более 4-х недель.

7.6.4 Преддипломная практика

Задачей преддипломной практики является освоение и закрепление знаний и умений студентов, полученных в процессе обучения, проверка возможностей будущего специалиста в условиях конкретного производства, подготовка материалов к дипломной работе. Продолжительность преддипломной практики должна составлять не более 10-и недель.

Содержание всех видов практик определяется программами практик, которые разрабатываются выпускающими кафедрами в соответствии с настоящим образовательным стандартом.

8 Требования к организации образовательного процесса

8.1 Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса

Педагогические кадры учреждения высшего образования должны:

- иметь высшее образование, соответствующее профилю преподаваемых учебных дисциплин и, как правило, соответствующую научную квалификацию (ученую степень и (или) ученое звание);
- заниматься научной и (или) научно-методической деятельностью;
- не реже одного раза в 5 лет проходить повышение квалификации;
- владеть современными образовательными, в том числе информационными, технологиями, необходимыми для организации образовательного процесса на должном уровне;
- обладать личностными качествами и компетенциями, позволяющими эффективно

организовывать учебную и воспитательную работу со студентами.

8.2 Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса

Учреждение высшего образования должно располагать:

- материально-технической базой, необходимой для организации образовательного процесса, самостоятельной работы и развития личности студента;
- средствами обучения, необходимыми для реализации образовательных программ по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» (приборы, оборудование, инструменты, учебно-наглядные пособия, компьютеры, компьютерные сети, аудиовизуальные средства и иные материальные объекты).

8.3 Требования к научно-методическому обеспечению образовательного процесса

Научно-методическое обеспечение образовательного процесса должно соответствовать следующим требованиям:

- учебные дисциплины должны быть обеспечены современной учебной, справочной, иной литературой, учебными программами, учебно-методической документацией, учебно-методическими, информационно-аналитическими материалами;
- должен быть обеспечен доступ для каждого студента к библиотечным фондам, электронным средствам обучения, электронным информационным ресурсам (локального доступа, удаленного доступа) по всем учебным дисциплинам.

Научно-методическое обеспечение должно быть ориентировано на разработку и внедрение в образовательный процесс инновационных образовательных технологий, адекватных компетентностному подходу (вариативных моделей самостоятельной работы, модульных и рейтинговых систем обучения, тестовых и других систем оценивания уровня компетенций и т. п.).

8.4 Требования к организации самостоятельной работы студентов

Требования к организации самостоятельной работы устанавливаются законодательством Республики Беларусь.

8.5 Требования к организации идеологической и воспитательной работы

Требования к организации идеологической и воспитательной работы устанавливаются в соответствии с рекомендациями по организации идеологической и воспитательной работы в учреждениях высшего образования и программно-планирующей документацией воспитания.

8.6 Общие требования к формам и средствам диагностики компетенций

8.6.1 Конкретные формы и процедуры промежуточного контроля знаний обучающихся по каждой учебной дисциплине разрабатываются соответствующей кафедрой учреждения высшего образования и отражаются в учебных программах учреждения высшего образования по учебным дисциплинам.

8.6.2 Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным или конечным требованиям образовательной программы создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты, комплексные квалификационные задания, тематику курсовых работ, тематику рефератов, методические разработки по инновационным формам обучения и контроля за формированием компетенций, тематику и принципы составления эссе, формы анкет для

проведения самооценки компетенций обучающихся и др. Фонды оценочных средств разрабатываются соответствующими кафедрами учреждения высшего образования.

Оценочными средствами должна предусматриваться оценка способности обучающихся к творческой деятельности, их готовность вести поиск решения новых задач, связанных с недостаточностью конкретных специальных знаний и отсутствием общепринятых алгоритмов.

8.6.3 Для диагностики компетенций используются следующие формы:

1. Устная форма.
2. Письменная форма.
3. Устно-письменная форма.
4. Техническая форма.

К устной форме диагностики компетенций относятся:

1. Собеседования.
2. Коллоквиумы
3. Доклады на семинарских занятиях.
4. Доклады на конференциях.
5. Устные зачеты.
6. Устные экзамены.
7. Оценивание на основе деловой игры.
8. Тесты действия.
9. Другие.

К письменной форме диагностики компетенций относятся:

1. Тесты.
2. Контрольные опросы.
3. Контрольные работы.
4. Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.
5. Письменные отчеты по лабораторным работам.
6. Эссе.
7. Рефераты.
8. Курсовые работы.
9. Отчеты по научно-исследовательской работе.
10. Публикации статей, докладов.
11. Заявки на изобретения и полезные модели.
12. Письменные зачеты.
13. Письменные экзамены.
14. Стандартизированные тесты.
15. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
16. Оценивание на основе кейс-метода.
17. Оценивание на основе метода развивающейся кооперации.
18. Оценивание на основе проектного метода
19. Оценивание на основе деловой игры.
20. Другие.

К устно-письменной форме диагностики компетенций относятся:

1. Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.
2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.
3. Отчеты по лабораторным работам с их устной защитой.
4. Курсовые работы с их устной защитой.
5. Зачеты.
6. Экзамены.
7. Защита дипломной работы.
8. Взаимное рецензирование студентами дипломных работ.
9. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.

10. Оценивание на основе метода развивающейся кооперации.
11. Оценивание на основе проектного метода.
12. Оценивание на основе деловой игры.
13. Другие.

К технической форме диагностики компетенций относятся:

- 1.Электронные тесты.
- 2.Электронные практикумы.
- 3.Визуальные лабораторные работы.
- 4.Другие.

9 Требования к итоговой аттестации

9.1 Общие требования

9.1.1 Итоговая аттестация осуществляется государственной экзаменационной комиссией.

9.1.2 К итоговой аттестации допускаются студенты, полностью выполнившие учебный план и учебные программы.

9.1.3 Итоговая аттестация студентов при освоении образовательных программ по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» проводится в форме государственного экзамена по специальности и специализации и защиты дипломной работы по специальности и специализации.

9.1.4 При подготовке к итоговой аттестации формируются или развиваются компетенции, приведенные в таблице 2 настоящего образовательного стандарта.

9.2 Требования к государственному экзамену

Государственный экзамен проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

Программа государственного экзамена разрабатывается учреждением высшего образования в соответствии с Правилами проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

9.3 Требования к дипломной работе

Требования к структуре, содержанию, объему и порядку защиты дипломной работы определяются учреждением высшего образования на основе настоящего образовательного стандарта и Правил проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

Приложение
(информационное)

Библиография

[1] Кодекс Республики Беларусь об образовании, 13 янв. 2011 г., № 243-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 13. – 2/1795.

[2] Государственная программа развития высшего образования на 2011-2015 гг.: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 1 июл. 2011 г., № 893 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 79. – 5/34104.

[3] Общегосударственный классификатор Республики Беларусь. Специальности и квалификации: ОКРБ 011-2009. – Введ. 01.07.09. – Минск: М-во образования Респ. Беларусь: РИВШ, 2009. – 418 с.

Руководители разработки стандарта

Ректор учреждения
высшего образования,
разработавшего стандарт _____

В.Н. Шимов

Руководитель коллектива
разработчиков _____

А.А. Цыганков

СОГЛАСОВАНО
Первый заместитель Министра образования
Республики Беларусь

_____ А.И. Жук

СОГЛАСОВАНО
Директор Департамента ценовой политики
Министерства экономики Республики
Беларусь

_____ И.А. Фомин

Эксперты:

Сопредседатель КНМС УМО в сфере высшего образования

_____ И.М. Жарский

Председатель УМО по экономическому образованию

_____ В.Н. Шимов