

УТВЕРЖДЕНО

Первым заместителем

Министра образования Республики Беларусь

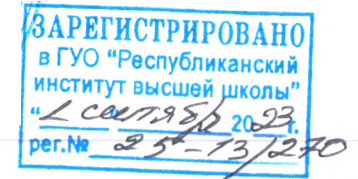
А.Г.Бахановичем

31.08.2023 г.

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

Специальность: 9-09-0412-11 Международный маркетинг

Квалификация: маркетолог



ФОРМА ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ						ОЧНАЯ (ДНЕВНАЯ)	ОЧНАЯ (ВЕЧЕРНЯЯ)	ЗАОЧНАЯ	ДИСТАНЦИОННАЯ				
ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ (МЕСЯЦЫ), в том числе:						9/11*	11/13*	20/22*	14/16*				
аудиторные занятия (недели)						26	28	13	11				
самостоятельная работа (недели)						8	15	70	45				
промежуточная аттестация (недели)						3	4	3	3				
стажировка (недели)													
дипломное проектирование (недели)						-/8	-/8	-/8	-/8				
итоговая аттестация (недели)						0,5	0,5	0,5	0,5				
№ п/п	Название-компонента, учебной дисциплины, модуля	Код компе- тенции	Форма промежу- точной аттестации	Всего зачетных единиц (кредитов)	Всего учебных часов	Распределение количества учебных часов							
						А/з	С/р	А/з	С/р	А/з	С/р	А/з	С/р
1	ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОМПОНЕНТ			2	72	40	32	38	34	32	40	32	40
1.1	Идеология белорусского государства	БП 1	р	0,5	18	10	8	10	8	8	10	8	10
1.2	Модуль «Правовое регулирование профессиональной деятельности»		з	1	36	20	16	18	18	16	20	16	20
1.2.1	Правовые аспекты профессиональной деятельности	БП 2			18	10	8	8	10	8	10	8	10

1.2.2	Основы управления интеллектуальной собственностью	БП 3, БП 4			8	4	4	4	4	4	4	4	4
1.2.3	Противодействие коррупции и предупреждение коррупционных рисков в профессиональной деятельности	БП 5, БП 6			10	6	4	6	4	4	6	4	6
1.3	Охрана труда в профессиональной деятельности	БП 7	к	0,5	18	10	8	10	8	8	10	8	10
2	КОМПОНЕНТ УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ			40	1002	828	174	692	310	582	420	360	642
2.1	Этика и психология делового общения	СП 1, СП 2	с	0,5	26	22	4	20	6	18	8	10	16
2.2	Ценовая политика на внешних рынках	СП 3, СП 4	р	1	32	26	6	22	10	20	12	12	20
2.3	Национальная экономика Беларуси	СП 5	э	2	40	32	8	26	14	20	20	14	26
2.4	Иностранный язык (профессиональная лексика)	СП 6 – СП 8	з, з, э	6	172	152	20	140	32	120	52	62	110
2.5	Менеджмент	СП 9 – СП 11	э	2	40	32	8	26	14	20	20	14	26
2.6	Маркетинговые исследования	СП 12, СП 13	э	4	108	90	18	76	32	50	58	38	70
2.7	Международная экономика	СП 14 – СП 16	э	2	40	32	8	28	12	24	16	14	26
2.8	Современные формы и методы международной торговли	СП 17 – СП 19	э	4	108	98	10	86	22	72	36	36	72
2.9	Теория и практика международного маркетинга	СП 20 – СП 22	кр, э	6	150	110	40	90	60	76	74	54	96
2.10	Маркетинговые коммуникации на внешних рынках	СП 23, СП 24	з	1	38	36	2	30	8	20	18	14	24
2.11	Теоретические основы маркетинга	СП 25	э	2	40	30	10	26	14	26	14	14	26
2.12	Интернет-маркетинг	СП 26	э	2	40	28	12	24	16	22	18	14	26
2.13	Товарная политика на внешних рынках	СП 27, СП 28	э	2,5	48	40	8	30	18	30	18	18	30
2.14	Поведение потребителей на внешних рынках	СП 29, СП 30	э	2	40	36	4	30	10	22	18	14	26

2.15	Учебная дисциплина, модуль по выбору учреждения образования	СП 31	э	2	44	36	8	22	22	22	22	16	28	
2.16	Учебная дисциплина, модуль по выбору учреждения образования	СП 32	э	2	44	36	8	22	22	22	22	16	28	
ВСЕГО					42	1074	868	206	730	344	614	460	392	682

Количество зачетных единиц (кредитов)			
Стажировка	Дипломное проектирование и защита дипломной работы (проекта)**	Государственный экзамен по учебным дисциплинам 2.8 и 2.9**	Всего по плану
-	4	1	43/46

Код компетенции	Наименование компетенции	Код учебной дисциплины, модуля
БП 1	Знать основы регулирования правовой, политической и экономической системы государства, порядок формирования и функционирования органов власти	1.1
БП 2	Уметь толковать и применять акты законодательства в сфере профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с законом	1.2.1
БП 3	Знать порядок, процедуры оформления, регистрации и реализации прав на объекты интеллектуальной собственности	1.2.2
БП 4	Уметь комплексно использовать инструменты защиты интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности, применять механизмы правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности	1.2.2
БП 5	Знать и уметь применять на практике механизмы противодействия коррупции	1.2.3
БП 6	Уметь квалифицировать общественно опасное поведение, подпадающее под признаки коррупционных правонарушений, содействовать пресечению коррупционных проявлений в коллективе	1.2.3
БП 7	Знать и соблюдать требования охраны труда в пределах выполнения своих трудовых функций и/или должностных обязанностей	1.3
СП 1	Знать правила служебного этикета	2.1
СП 2	Уметь формировать имидж делового человека	2.1
СП 3	Знать технологии формирования ценовой политики на внешнем рынке и уметь применять их на практике	2.2
СП 4	Уметь применять в профессиональной деятельности стратегию и тактику ценовой политики	2.2
СП 5	Знать основы национальной экономики и уметь анализировать критерии и показатели ее развития	2.3
СП 6	Знать специфику устной и письменной речи в сфере профессионального общения	2.4
СП 7	Уметь осуществлять профессиональную деятельность в лингвистическом, социолингвистическом, информационно-аналитическом и коммуникативном аспектах	2.4
СП 8	Знать и уметь использовать иностранный язык при исследовании внешних рынков, установлении и поддержании международных коммерческих контактов, разработке коммерческих и инвестиционных предложений	2.4
СП 9	Знать теоретические основы менеджмента	2.5
СП 10	Знать стили руководства и управления организацией	2.5

СП 11	Уметь осуществлять управленческую деятельность в организации	2.5
СП 12	Знать сущность исследовательской деятельности на основе сбора и непрерывной обработки информации обо всех аспектах ситуации на рынке с учетом научного подхода	2.6
СП 13	Уметь организовывать маркетинговые исследования, анализировать, собирать и обрабатывать маркетинговую информацию	2.6
СП 14	Знать теоретические основы международной экономики	2.7
СП 15	Знать критерии определения состояния международной экономики	2.7
СП 16	Уметь анализировать количественные и качественные характеристики международной экономики	2.7
СП 17	Знать современные формы международной торговли	2.8
СП 18	Знать особенности механизма осуществления международной торговли	2.8
СП 19	Уметь осуществлять внешнеторговую деятельность	2.8
СП 20	Знать концепции международного маркетинга	2.9
СП 21	Уметь анализировать зарубежный рынок и внешнюю среду маркетинга	2.9
СП 22	Знать сущность организации продаж продукции на внешнем рынке и уметь ее осуществлять	2.9
СП 23	Знать сущность маркетинговых коммуникаций на внешнем рынке	2.10
СП 24	Уметь разрабатывать коммуникационную политику организации на внешнем рынке	2.10
СП 25	Знать методические, нормативные и другие руководящие материалы по вопросам маркетинга	2.11
СП 26	Знать методы ведения маркетинга в глобальной компьютерной сети Интернет	2.12
СП 27	Знать теоретические основы формирования товарной политики на внешних рынках	2.13
СП 28	Уметь использовать товарные стратегии на внешнем рынке	2.13
СП 29	Знать методы воздействия на принятие покупательских решений потребителями на внешнем рынке	2.14
СП 30	Уметь моделировать поведение потребителей на внешнем рынке	2.14
СП 31	Специализированная компетенция определяется учреждением образования	2.15
СП 32	Специализированная компетенция определяется учреждением образования	2.16

*Продолжительность обучения при выборе формы итоговой аттестации «дипломная работа»

**Форма итоговой аттестации определяется по выбору учреждения образования.

Примечание. При заполнении применяются следующие условные обозначения: А/з – аудиторные занятия, С/р – самостоятельная работа, э – экзамен, з – зачет, к – контрольная работа, р – реферат, кр – курсовая работа, с – собеседование.

Начальник главного управления
профессионального образования
Министерства образования

С.Н.Пищов

Начальник отдела дополнительного образования взрослых
главного управления профессионального образования

С.А.Ковчур

Ректор государственного учреждения образования
«Республиканский институт высшей школы»

Ю.П.Бондарь