

Ф 27-022

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Гродненский государственный
университет имени Янки Купалы»

И.Ф. Китурко

2021 г.



КОМПЛЕКСНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

1-28 01 02 «Электронный маркетинг»

I степени высшего образования
на факультете экономики и управления
в учреждении образования «Гродненский государственный
университет имени Янки Купалы»

Гродно 2021

1. Стратегическое видение развития образовательной программы

Электронный маркетинг - специальность и сфера профессиональной деятельности, предметной областью которой является установление и развитие долгосрочных экономически выгодных отношений коммерческих организаций с их клиентами и покупателями посредством использования информационных и коммуникационных технологий и систем, включая деятельность по поисковому продвижению веб-сайтов в Интернете, использованию контекстной и баннерной рекламы, маркетингу в социальных сетях и медиа, электронному пиару, контент-менеджменту, маркетингу через мобильные приложения и веб-аналитике.

Подготовка специалиста по данной специальности предполагает формирование определенных профессиональных компетенций, включающих знания и умения по исследованию конъюнктуры рынка и изучению общественного мнения; созданию рекламы и размещению рекламы в средствах массовой информации в сети Интернет; розничной торговле путем заказа товаров по почте и через сеть Интернет; созданию и управлению веб-порталами (интернет-магазинами, онлайн-каталогами, сайтами типа "визитная карточка" субъектов хозяйствования); осуществлению экспериментальных исследований в области электронного маркетинга; разработке и внедрению инноваций в области электронного маркетинга и др.

Специальность обеспечивает получение квалификации "Маркетолог-программист". Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

- веб-порталы и веб-сайты;
- поисковые системы;
- реклама в сети Интернет;
- базы данных;
- прикладное программное обеспечение;
- компьютерные технологии;
- рекламные материалы;
- конъюнктура рынка и общественное мнение;
- интернет-аукционы оптовой и розничной торговли.

2. Задачи, на решение которых направлен план развития специальности

Образовательная программа 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» позволяет изучить маркетинговые стратегии и тактические приёмы, применяемые в реальном ведении бизнеса, с использованием сетевых технологий. Студенты овладевают комплексом маркетинговых действий, который включает в себя следующее:

- исследование рынка;
- привлечение и удержание клиентов;
- повышение качества и привлекательности продукции до определённого уровня;
- создание положительного имиджа компании.

Профессия интернет-маркетолога, несмотря на её новизну, очень востребована, особенно на просторах рынков ЕАЭС. С ростом популярности интернет-магазинов, растёт и востребованность специалистов, создающих и поддерживающих сайты продаж. Причём тенденция такова, что рост числа интернет-магазинов не успевает за появлением нужного количества специалистов интернет-маркетологов, несмотря на то, что интернет-маркетинг как новая дисциплина развивается стремительно. Грамотно используемые методы интернет-маркетинга, такие как контекстная реклама, E-mail-маркетинг, SEO-оптимизация, web-аналитика позволяют создать успешные интернет-магазины и аукционы, где можно купить абсолютно всё. Среди самых известных AliExpress, Ebay и многие другие.

Образовательный процесс построен на использовании активных методов обучения, таких как практические упражнения, разбор кейсов, проведение деловых игр, работа над групповыми проектами. Данная методика позволяет студентам не только эффективно усваивать изучаемые дисциплины, но и развивать навыки принятия решений, командной работы, межличностной коммуникации, а также вырабатывать лидерские качества.

Образовательная программа 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» нацелена на реализацию следующих задач:

- Подготовка высококвалифицированных маркетологов – программистов, способных анализировать рынок, сайты конкурентов, организовывать рекламные кампании, проведение классических маркетинговых исследований в интернете, создавать маркетинговые стратегии и тактик для привлечения потенциальных покупателей - пользователей интернета;
- Формирование нового поколения специалистов, которые обладают активной жизненной позицией, гуманитарной культурой. умеющих на научной основе организовать свой труд
- Развитие профессиональных компетенций, продолжение обучение через всю жизнь

Электронный маркетинг — профессия универсальная, позволяющая работать как в IT-сфере, так и в розничной торговле: электронная коммерция, масс медиа, веб-порталы. Обучение направлено на углубленную подготовку специалиста-маркетолога, способного к решению следующих профессиональных задач:

- исследование конъюнктуры рынка и изучение общественного мнения;
- создание и размещение рекламы в средствах массовой информации в сети Интернет;
- оптовая торговля за вознаграждение или на договорной основе;
- розничная торговля путем заказа товаров по почте и через сеть Интернет;
- создание и управление веб-порталами (интернет-магазинами, онлайн-каталогами, сайтами типа «визитная карточка» субъектов хозяйствования);
- осуществление экспериментальных исследований в области электронного маркетинга;
- разработка и внедрение инноваций в области электронного маркетинга.

Перспективы трудоустройства: digital-маркетолог; аккаунт-менеджер; PR-менеджер в digital-сфере; копирайтер/контент-менеджер; специалист по контекстной рекламе; SEO-специалист; SMM-специалист; веб-аналитик.

Уровень подготовки позволяет также продолжать обучение на ведущих магистерских программах по маркетингу или информационным технологиям в стране и за рубежом.

При планировании и организации учебного процесса обеспечивается возможность построения индивидуальной траектории обучения образовательного процесса. С целью реализации академических свобод студентов университета, формирования студентоцентрированного обучения, учитывающего будущие профессиональные компетенции предусмотрена организация преподавания учебных дисциплин (модулей) по выбору и факультативных дисциплин.

С целью выполнения задач по реализации Комплексной программы развития специальности сформирован высококомпетентный профессорско-преподавательский состав в соответствии с требованиями Министерства образования Республики Беларусь, повышается уровень острепенности. Важной задачей по реализации Комплексной программы развития специальности является повышение качества преподавания. В этой связи осуществляется постоянное повышение квалификации ППС, в том числе реализуются стажировки на предприятиях, в ходе которых совершенствуется разработка материалов по преподаваемым дисциплинам, дорабатываются учебные программы в соответствии с требованиями предприятий-заказчиков кадров и с учетом современных тенденций развития отраслей экономики, повышаются языковые компетенции, компетенции в области использования в образовательном процессе информационных технологий. Эффективность преподавания неразрывно связана с научно-исследовательской и инновационной деятельно-

стью, успешная реализация которой должна повысить методическую основу образовательного процесса и актуализировать его содержание.

Развитие социального партнерства между Университетом и организациями заказчиками кадров способствует формированию практико-ориентированной среды, качественного перспективного планирования потребности в специалистах, компетенций выпускников в соответствии с требованиями потенциальных потребителей.

В качестве одной из приоритетных задач видится управление качеством образования, что может быть решено путем всеобъемлющего воздействия на все сферы деятельности университета, все процессы и процедуры; обеспечения и удовлетворения потребностей всех участников образовательного процесса, государства, заказчиков и потребителей оказываемых образовательных услуг с учетом факторов внешнего воздействия, среди важнейших выделены: система государственного контроля качества образования, стандарты специальности, в основу которых положен компетентностный подход.

Для успешной реализации образовательного процесса внедряются современные образовательные технологии, реализация которых обеспечена наличием развитой инфраструктуры и материально-технической базы. Рост финансового обеспечения развития и укрепления материально-технической базы неразрывно связана с формированием дополнительных финансовых ресурсов от реализации внебюджетной деятельности с учетом диверсификации источников финансирования.

3. Перечень мероприятий по развитию специальности

3.1. Учебный процесс.

3.1.1. Для успешной подготовки будущих специалистов важно обеспечивать качественное практико-ориентированное обучение, а также совершенствовать его с учетом современных тенденций и будущих запросов белорусской и мировой экономики. Внедренная система менеджмента качества образовательных услуг, научной продукции и подготовки специалистов в ГрГУ им. Янки Купалы на основе стандартов серии ИСО 9000 позволяет обеспечить качественную подготовку высококвалифицированных кадров.

Сотрудники кафедры международного бизнеса и маркетинга при выявлении потенциальных абитуриентов применяют широкий набор инструментов и способов, что и позволяет привлекать к обучению в магистратуре выпускников разного уровня подготовки. Немаловажное значение играет максимально индивидуализированный подход сотрудников кафедры при взаимодействии с потенциальными абитуриентами. Основные мероприятия, направленные на привлечение абитуриентов для поступления, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Перечень мероприятий в области профориентационной и маркетинговой деятельности

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования
1.	Формирование состава участников профориентационной группы кафедры международного бизнеса и маркетинга, закрепление в индивидуальных планах.	Сентябрь, ежегодно	Зам. декана по УР, зав. кафедрой	Не требуются
2.	Проведение выездных профориентационных мероприятий кафедры в организациях города Гродно и Лидского, Вороновского и Волковысского районов	Октябрь-май, ежегодно	Ответственный по профориентационной работе, члены профориентационной группы	Не требуются
3.	Актуализация информации на сайте фа-	Систе-	Зам.декана по	Не требуются

	культета экономики и управления с целью более близкого знакомства потенциальных абитуриентов с жизнью факультета и кафедры	матиче-ски	ИВР, зав. кафедрой	
4.	Актуализация информации о профориентационных мероприятиях и акциях факультета экономики и управления в рамках листовок, буклетов и на страничке кафедры международного бизнеса и маркетинга на предприятии в социальных сетях (Instagram, Контакт)	По мере проведения мероприятий	Ответственный по профориентационной работе, члены профориентационной группы	Не требуются
5.	Выявление локальных потребностей в подготовке специалистов, расширение и углубление сотрудничества с организациями-заказчиками кадров посредством активного взаимодействия с членами Координационного совета по подготовке кадров	В течение учебного года	Зам. декана по УР, зав. кафедрой	Не требуются
6.	Выработка рекомендаций и предложений относительно изменения и/или дополнения состава профориентационных мероприятий и акций для потенциальных абитуриентов, расширения и/или корректировки способов интерактивного взаимодействия с ними	Систематически	Ответственный по профориентационной работе, члены профориентационной группы	Не требуются
7.	Осуществление профориентационной и маркетинговой деятельности заинтересованными и инициативными студентами во время прохождения практики, работы в студенческих отрядах	В течение учебного года	Ответственный по профориентационной работе, члены профориентационной группы	Не требуются
8.	Актуализация информации на стендах факультета и кафедры для профориентационных и маркетинговых мероприятий	В течение учебного года	Ответственный по профориентационной работе, члены профориентационной группы	Не требуются
9.	Разработка и издание обновленных информационно-рекламных материалов о специальности, преимуществах и особенностях обучения по имеющимся направлениям специальности	В течение учебного года	Зам. декана по УР, зав. кафедрой	Оплата изготовления за счёт средств ФЭУ

3.1.2. Дисциплины, закрепленные за кафедрой международного бизнеса и маркетинга и преподаваемые на I ступени высшего образования, обеспечены учебно-программной документацией и учебно-методическими материалами в рамках плановых показателей. Первоочередная задача по данному направлению сводится к разработке новых ЭУМК, учитывающих передовой отечественный и зарубежный опыт и ориентированных на развитие у будущих магистров компетенций, которые будут востребованы у работодателей на текущий период времени и в перспективе. План разработки и модернизации ЭУМК представлен в таблице 3.2.

Таблица 3.2 - План разработки электронных учебно-методических комплексов

№	Наименование дисциплины	Срок исполнения	Ответственный
1.	Основы инновационного предпринимательства	Сентябрь, 2021	Семенчук А. В. Ли Чон Ку Шишко А.Ю
2.	Стратегический маркетинг	Сентябрь, 2022	Ли Чон Ку Шишко А.Ю
3.	Основы маркетинга	Сентябрь, 2023	Бетретдинова Е.Н.
4.	Стратегический маркетинговый анализ	Октябрь, 2024	Ли Чон Ку
5.	Маркетинговые исследования	Сентябрь, 2023	Шишко В.И.
6.	Поведение потребителей	Февраль 2024	Скворцова Л.Л.

3.1.3. На кафедре международного бизнеса и маркетинга используются инновационные и практико-ориентированные методы преподавания: практико-ориентированные семинары, кейсы, лекции специалистов-практиков. Перечисленные методики опробованы на кафедре международного бизнеса и маркетинга, и планируется их дальнейшее распространение при обучении студентов I степени по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг»

Разработаны методики организации и проведения мероприятий в вузе и на предприятиях-базах практики по охране труда и технике безопасности при прохождении обучающимися всех видов практики. Сформирован механизм осуществления контроля за прохождением всех видов практики и разработаны критерии оценки.

Таблица 3.3 – План мероприятий по обеспечению качества учебного процесса

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования
1.	Обеспечить наполнение образовательного портала по преподаваемым дисциплинам для успешного обучения студентов вне учебных часов	ежегодно	Зав. кафедрой	не требуются
2.	Активизировать работу по развитию билингвального обучения	31.12.2023	Зам. декана по УР, зав.кафедрой	не требуется
3.	Внедрять активные методы обучения при изучении специальных дисциплин в рамках учебного плана.	ежегодно	Зав. кафедрой	не требуются
4.	Проведение практико-ориентированных семинаров для студентов I степени	ежегодно	Зав. кафедрой ППС	не требуются
5.	Проведение практико-ориентированных стажировок для ППС	ежегодно	Зав. Кафедрой ППС	не требуются
6.	Вовлечение в учебный процесс специалистов-практиков	согласно учебным планам	Зав. кафедрой ППС	фонд почасовой оплаты труда
7.	Обеспечить использование в учебном процессе инфраструктуры филиалов кафедры в рам-	ежегодно	Зав. Кафедрой ППС	не требуются

	ках практико-ориентированного обучения			
8.	Выполнение дипломных работ по заявкам организаций	ежегодно	Зав. Кафедрой Научные руководители	не требуются
9.	Обеспечить возможность разработки индивидуальной образовательной траектории для студентов I ступени	ежегодно	Зам. декана по УР Зав. кафедрой	не требуются
10.	Обеспечить использование в учебном процессе инфраструктуры научно-технологического парка ГрГУ	ежегодно	Зам. декана по НР, зам. декана по УР, зав.кафедрой	не требуются

3.2. Кадровый потенциал

Для практической реализации образовательной программы 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» задействованы сотрудники, имеющие ученые степени и звания или специалисты-практики, имеющие необходимый опыт и стаж работы по профилю преподаваемых дисциплин. Важным направлением работы является реализация мероприятий, направленных на повышение квалификации сотрудников факультета, в частности проведение стажировок ППС на базе работодателей, привлечение в качестве специалистов-практиков сотрудников профильных предприятий и организаций, дальнейшая подготовка научных кадров высшей квалификации.

Таблица. 3.4 - Перечень мероприятий по развитию кадрового потенциала.

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования
1.	Стажировка по профилю читаемых курсов в УВО РБ Сушко В.И. Куликов А.М. Скворцова Л.Л. Рапецкая С.И. Семенчук А.В.	Согласно плана повышения квалификации ППС 2021г. 2021г. 2022г. 2022г. 2022г.	Зав.кафедрой МБиМ	Бюджетные и внебюджетные средства УО «ГрГУ им. Янки Купаль»
2.	Практико-ориентированные стажировки на базе предприятий-заказчиков кадров без отрыва от производства: Ли Чон Ку Лявшук В.Е. Караченцева Т.И.	Согласно плана стажировок ППС 2023г. 2023 г. 2024г.	Зав.кафедрой МБиМ	не требуются
3.	Окончание аспирантуры БГУ	2023 г.	Куликов А.М.	не требуются

3.3. Научно-исследовательская и инновационная деятельность

3.3.1. На протяжении многих лет работы ППС кафедры международного бизнеса и маркетинга на предприятии плодотворно ведет научно-исследовательскую работу. Вы-

полнение НИР на основе договоров с субъектами хозяйствования. Исследования в рамках научной темы второй половины рабочего дня «Цифровая трансформация бизнес процессов маркетинговой и внешнеэкономической деятельности», осуществляются всеми штатными сотрудниками кафедры. Проводится непрерывная работа по вовлечению студентов к работе в студенческом научном обществе, научном кружке «Проблемы цифровизации экономики», руководитель доцент Лявшук В.Е. Ежегодно команда студентов ОП 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» под руководством старшего преподавателя Строка В.М. становятся финалистами международного студенческого турнира Marketorium. Студенты принимают участие в финале международного студенческого бизнес-турнира в сфере социального маркетинга Creative Shock (удаленный доступ).

Неотъемлемым элементом учебного процесса является выполнение дипломных работ по заказу предприятий-заказчиков кадров с последующей публикацией результатов в виде статей, тезисов докладов, формированию актов о внедрении научных результатов в производственную деятельность и учебный процесс ГрГУ.

На постоянной основе проводится работа по вовлечению студентов в стартап-движение и в конкурсе «ИнНаСтарт». На перспективу предполагается более активное использование инфраструктуры научно-технологического парка университета.

3.3.2. Мероприятия, направленные на развитие научно-исследовательской деятельности и инновационных проектов:

- актуализация банка одаренных и талантливых студентов
- привлечение финансирования из созданного фонда факультетских инициатив
- выполнение НИР, в т.ч. по заявкам предприятий и организаций, и темы кафедры выполняемой в рамках второй половины рабочего дня с учетом требований организаций-партнеров
- увеличение доли ППС, имеющих публикации в научных изданиях с ненулевым импакт-фактором планируется осуществить путем прироста доли ППС, которые имеют активные профили в Google Scholar и РИНЦ (Science Index), не менее 75% от общего числа ППС
- повышение индекса цитируемости ППС, имеющих ученые степени и звания, по БД Scopus и Web of Science планируется осуществить в рамках сотрудничества ведущих специалистов кафедры экономики и управления на предприятии, имеющих ученые степени и звания с вузами, исследовательскими центрами
- увеличение доли ППС, вовлеченных в выполнение финансируемых НИР путем активизации работы по реализации хозяйственных договоров до 30 %
- вовлечение студентов в НИРС, проектную деятельность, стартап-движение путем участия в конкурсах и подготовки проектов
- использование инфраструктуры научно-технологического парка ГрГУ планируется осуществлять в рамках долгосрочного договора об организации практики, которой заключен с РУП «Учебно-научно-производственный центр «Технолаб» – №12-02/1242-20 от 30.03.2021;
- участие ППС кафедры в качестве региональных, национальных и международных экспертов

В таблице 3.5 также приведен перечень мероприятий, реализуемых кафедрой экономики и управления на предприятии по развитию научно-исследовательской и инновационной деятельности, в т.ч. и НИРС.

Таблица 3.5 - Перечень мероприятий по развитию НИИД

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования
1.	Провести комплексный анализ эффективности НИИД выпускающей кафедры с учетом ее соот-	30.06.2021	Зам декана по НР, Зав. кафедрой	Не требуются

	ветствия профилю подготовки специалистов			
2.	Обеспечить вовлечение в различные формы НИРС 100% студентов дневной формы обучения по ОП 1-28 01 02 «Электронный маркетинг»	01.09 2022	Зав кафедрой, ППС	Не требуются
3.	Привлечение ППС, для участия в выполнении финансируемых НИОК(Т)Р. (не менее 30%)	30.06.2023	Зав. кафедрой, ППС	средства НИР для оплаты работ по договору
4.	Продолжить интенсификацию развития ИТ-технологий (цифровых сервисов) для использования в научной сфере	30.06.2023	Декан ФЭУ, Зам. декана по ИР, зав.кафедрой	Не требуются
5.	Проведение мероприятий на базе кафедры, направленных на выявление интересов экономических субъектов хозяйствования по коммерциализации результатов исследований в области внешне-экономической деятельности	31.12.2023	Декан ФЭУ, Зам. декана по НИР, зав. кафедрой	средства НИР для оплаты работ по договору

3.4. Сотрудничество, в т.ч. международное

3.4.1. В настоящее время кафедра международного бизнеса и маркетинга имеет партнерские отношения в области внешнеэкономической деятельности и маркетинга. Кафедра является структурным подразделением, ответственным за осуществление международного сотрудничества с экономическим факультетом Университета в Белостоке (Республика Польша) и с Экономической академией имени Д.А. Ценова, г. Свиштов, (Республика Болгария).

Партнерское сотрудничество осуществляется в рамках личного взаимодействия, участия представителей организаций в качестве членов Координационного Совета, участие практиков в работе ГЭК, а также в соответствии с заключенными краткосрочными и долгосрочными договорами с различными организациями и филиалами кафедры на базе организаций г. Гродно. Перечень партнеров приведен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Партнеры в реализации образовательной программы в рамках практико-ориентированного взаимодействия

№	Наименование организации	Направления сотрудничества
1.	Институт экономики НАН Республики Беларусь»	Проведение и участие в научно-практических конференциях Руководство магистерскими диссертациями, курсовыми и дипломными работами. Чтение лекций
2.	Гродненское областное учреждение финансовой поддержки предпринимателей	Совместная организация и проведение ежегодного конкурса бизнес идей и проектов Инвестуикенд
3.	Экономическая академия имени Д.А. Ценова, г. Свиштов, (Республика Болгария).	Долгосрочное сотрудничество в сфере образовательной и научной деятельности, а также в сфере использования передового опыта и внедрения научных разработок в учебный процесс, установление академических, научных и культурных связей Академическая мобильность ППС, студентов и маги-

		странтов
5	Университет в Белостоке (Республика Польша).	Долгосрочное сотрудничество в сфере образовательной и научной деятельности, а также в сфере использования передового опыта и внедрения научных разработок в учебный процесс, установление академических, научных и культурных связей Академическая мобильность ППС, студентов и магистрантов
8	ГУ Администрация СЭЗ «Гродноинвест»	Филиал кафедры международного бизнеса и маркетинга (согласование тем курсовых и дипломных работ, рецензирование учебных программ)
9	ЧСУП "Академ и К"	Филиал кафедры международного бизнеса и маркетинга (согласование тем курсовых и дипломных работ, рецензирование учебных программ)
10	ТРУП "Гроднооблсоюзпечать"	Филиал кафедры международного бизнеса и маркетинга (согласование тем курсовых и дипломных работ, рецензирование учебных программ)

3.4.2. Для наиболее успешной реализации образовательной программы планируется заключение в 2022-2023 гг. договоров о сотрудничестве с организациями, приведенными в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Перечень организаций, с которыми планируется заключить договора о сотрудничестве

№	Наименование мероприятия (с указанием организации - партнера)	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования
1.	Проведение конференций, вебинаров Академическая мобильность ППС, студентов и магистрантов Организация международных летних школ В рамках программы международного сотрудничества ФЭУ с Международным институтом экономики и лингвистики Иркутского государственного университета, г. Иркутск (Российская Федерация)	С 01.10.2022	Зав. кафедрой	По согласованию сторон
2.	Проведение ознакомительных занятий, экскурсий, заключение договора с организацией ООО «Конте Спа»	С 01.09.2023	Зав. кафедрой	Не требуется
3.	Проведение ознакомительных занятий, экскурсий, заключение договора с организацией «Образовательный центр программирования и высоких технологий • IT-Academy Гродно»	С 01.09.2024	Зав. кафедрой МБиМ	Не требуется

Развитие сотрудничества с организациями по профилю специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» планируется путем проведения мероприятий, представленных в табл. 3.8.

Таблица 3.8 - Перечень основных мероприятий по развитию сотрудничества

№	Наименование мероприятия (с указанием организации - партнера)	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования
1.	Использование материально-технической базы РУП УНПЦ «Технолаб» (в статусе научно-технологического парка) в учебном и научном процессах	2022-2025 гг.	Декан ФЭУ, Зав. кафедрой	Бюджетные и внебюджетные средства ГрГУ
2.	Заключение договоров с перечисленными в таблице 3.7 организациями	2022-2024 гг.	Декан ФЭУ, Зам декана по УР, Зам декана по НР, Зав. кафедрой	Не требуется
3.	Организация стажировок ППС на базе организаций-партнеров	Согласно графику	Зав. кафедрой	Не требуется
4.	Использование материально-технической базы Гродненского филиала Белорусской универсальной товарной биржи	2022-2025 гг.	Декан ФЭУ, Зав. кафедрой	

3.5. Инфраструктура и материально-техническая база

Большинство аудиторий учебного корпуса ФЭУ оснащено необходимым оборудованием для чтения лекций, демонстрации учебного материала и проведения лабораторных работ. В соответствии с образовательной программой по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг», преподавание основной части учебных дисциплин не требует использования иных специальных ресурсов и оборудования.

В таблице 3.9 приведен перечень дисциплин, требующих обеспечения компьютерной техникой.

Таблица 3.9 - Использование компьютерных классов при реализации образовательной программы

№ п/п	Название дисциплины	Семестр	Количество часов Общее/ лекции/ практические/ лаб	Описание имеющихся ресурсов	Выводы о необходимости дополнительной закупки
1	Основы коммуникативного дизайна	5	118/22/-/28	Компьютерные классы: 201 (16 шт.), 203 (15 шт.), 204 (16 шт.), 211 (16 шт.) Корпус №7 Гаспадарчая, 23	Расширение и обновление парка персональных компьютеров не требуется Расширение и обновление парка персональных компьютеров не требуется
2	Информационные технологии в маркетинге	1	120/8/-/52		
3	Интернет маркетинг и электронная коммерция	4,5	220/54/-/28		
4	Маркетинговые исследования	3,4	234/78/-/36		
5	Маркетинговые коммуникации	3,4	216/46/-/52		

Закупка специального оборудования для реализации образовательной программы не планируется

3.5.2. В компьютерных классах в аудиториях 201, 203, 204, 205, 211 корпуса № 7 по адресу Гаспадарчая, 23 ремонт не требуется.

4. Оценка рисков при реализации плана развития специальности

№	Наименование возможных рисков	Мероприятия по устранению рисков
1.	Рост требований заказчиков кадров к уровню компетенций выпускников	Использование инновационных методов преподавания дисциплин на основе проектного и деятельностного подхода, активного обучения, развитие научных исследований
2.	Сокращение интереса предприятий и организаций к взаимодействию и установлению партнерских отношений	Изучение спроса, заключение новых договоров с предприятиями-заказчиками кадров, проведение мероприятий на базе кафедры, направленных на выявление интересов экономических субъектов хозяйствования по коммерциализации результатов исследований
3.	Сокращение числа ППС, имеющих возможность обеспечить качественное преподавание дисциплин специализации	Мотивация ППС с целью предоставления диссертаций в срок: проведение научных семинаров на факультете, корректировка нагрузки ППС, премирование ППС за публикации
4.	Недостаточные компетенции ППС в использовании активных инновационных технологий обучения	Повышение компетентности персонала посредством прохождения курсов повышения по направлениям новых образовательных технологий
5.	Сокращение финансирования из бюджетных средств с целью развития материально-технической базы	Оптимизация имеющихся ресурсов. Использование внебюджетных средств факультета. Формирование специализированных лабораторий
6.	Устаревание контента учебных планов и учебных программ в силу динамичного изменения содержания подготовки кадров и появления дополнительных требований работодателей к профессиональным компетенциям	Регулярный мониторинг содержания учебных программ по данному профилю. Консультации с работодателями и членами Координационного Совета ФЭУ

Проректор по учебной работе



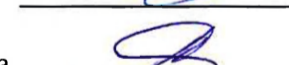
Ю.Э. Белых

Декан факультета экономики и управления



М.Е. Карпицкая

Зав. кафедрой международного бизнеса и маркетинга



Ли Чон Ку

Рекомендована к утверждению

Советом факультета экономики и управления
Протокол № 8 от 15 сентября 2021 г.

Кафедра международного бизнеса и маркетинга
Протокол № 8 от 14 сентября 2021 г.