

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
09.02.2022 № 24

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
(ОСВО 1-28 01 02-2021)**

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ. I СТУПЕНЬ

Специальность 1-28 01 02 Электронный маркетинг

Квалификация Маркетолог-программист

ВЫШЭЙШАЯ АДУКАЦЫЯ. I СТУПЕНЬ

Спецыяльнасць 1-28 01 02 Электронны маркетынг

Кваліфікацыя Маркеталаг-праграміст

HIGHER EDUCATION. I STAGE

Speciality 1-28 01 02 Digital Marketing

Qualification Marketing Specialist and Software Developer

ГЛАВА 1

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Образовательный стандарт высшего образования I ступени по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» (далее – образовательный 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 (далее, если не установлено иное – образовательная программа высшего образования I ступени), учебно-методической документации, учебных изданий, информационно-аналитических материалов.

Настоящий образовательный стандарт обязателен для применения во всех учреждениях высшего образования, осуществляющих подготовку по образовательной программе высшего образования I ступени по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг».

2. В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на:
Кодекс Республики Беларусь об образовании;
Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 011-2009 «Специальности и квалификации» (далее – ОКРБ 011-2009);
Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 005-2011 «Виды экономической деятельности» (далее – ОКРБ 005-2011);
СТБ ISO 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь (далее – СТБ ISO 9000-2015).

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

базовые профессиональные компетенции – компетенции, формируемые в соответствии с требованиями к специалисту с высшим образованием I ступени и отражающие его способность решать общие задачи профессиональной деятельности в соответствии с полученной специальностью;

зачетная единица – числовой способ выражения трудоемкости учебной работы студента, курсанта, слушателя, основанный на достижении результатов обучения;

квалификация – подготовленность работника к профессиональной деятельности для выполнения работ определенной сложности в рамках специальности, направления специальности (ОКРБ 011-2009);

компетентность – способность применять знания и навыки для достижения намеченных результатов (СТБ ISO 9000-2015);

компетенция – знания, умения и опыт, необходимые для решения теоретических и практических задач;

модуль – относительно обособленная, логически завершенная часть образовательной программы высшего образования I ступени, обеспечивающая формирование определенной компетенции (группы компетенций);

обеспечение качества – часть менеджмента качества, ориентированная на предоставление уверенности в том, что требования к качеству будут выполнены (СТБ ISO 9000-2015);

результаты обучения – знания, умения и навыки (опыт), которые обучающийся может продемонстрировать по завершении изучения конкретной учебной дисциплины либо модуля;

специализированные компетенции – компетенции, формируемые в соответствии с требованиями к специалисту с высшим образованием I ступени и отражающие его способность решать специализированные задачи профессиональной деятельности с учетом направленности образовательной программы высшего образования I ступени в учреждении высшего образования;

специальность – вид профессиональной деятельности, требующий определенных знаний, навыков и компетенций, приобретаемых путем обучения и практического опыта, – подсистема группы специальностей (ОКРБ 011-2009);

универсальные компетенции – компетенции, формируемые в соответствии с требованиями к специалисту с высшим образованием I ступени и отражающие его способность применять базовые общекультурные знания и умения, а также социально-личностные качества, соответствующие запросам государства и общества;

электронный маркетинг – деятельность по установлению и развитию 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 глобальной компьютерной сети Интернет, использованию контекстной и баннерной рекламы, маркетингу в социальных сетях и медиа, электронному пиару, контент-менеджменту, маркетингу через мобильные приложения и веб-аналитике.

4. Специальность 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» в соответствии с ОКРБ 011-2009 относится к профилю образования Е «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и организация производства», направлению образования 28 «Электронная экономика» и обеспечивает получение квалификации «Маркетолог-программист».

5. Специальность 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» относится к уровню 6 Национальной рамки квалификаций высшего образования Республики Беларусь.

ГЛАВА 2

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСНОВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ I СТУПЕНИ, ФОРМАМ И СРОКАМ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ I СТУПЕНИ

6. 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.

Прием лиц для получения высшего образования I ступени осуществляется на основании пункта 9 статьи 57 Кодекса Республики Беларусь об образовании.

7. Обучение по специальности предусматривает следующие формы получения высшего образования I степени: очная (дневная, вечерняя), заочная (в том числе дистанционная).

8. Срок получения высшего образования I степени в дневной форме составляет 4 года.

Срок получения высшего образования I степени в вечерней форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования I степени в заочной форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования I степени в дистанционной форме составляет 5 лет.

9. Перечень специальностей среднего специального образования, образовательные программы по которым могут быть интегрированы с образовательной программой высшего образования I степени по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг», определяется Министерством образования.

Срок получения высшего образования по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» лицами, обучающимися по образовательной программе высшего образования I степени, 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 в соответствии с законодательством.

Срок обучения по образовательной программе высшего образования I степени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, в вечерней и заочной (в том числе дистанционной) формах может быть увеличен не более чем на 1 год относительно срока обучения по данной образовательной программе в дневной форме.

10. Общий объем образовательной программы высшего образования I степени составляет 240 зачетных единиц.

11. Сумма зачетных единиц за 1 год обучения при получении высшего образования в дневной форме составляет 60 зачетных единиц, при обучении по индивидуальному учебному плану – не более 75 зачетных единиц. При получении высшего образования в вечерней, заочной и дистанционной формах сумма зачетных единиц за 1 год обучения, как правило, не превышает 60 зачетных единиц.

ГЛАВА 3

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ

12. Основными видами профессиональной деятельности специалиста с высшим образованием (далее – специалист) в соответствии с ОКРБ 005-2011 являются:

46 Оптовая торговля, за исключением торговли автомобилями и мотоциклами;

47 Розничная торговля, за исключением торговли автомобилями и мотоциклами;

62 Компьютерное программирование, консультационные и другие сопутствующие услуги;

63 Деятельность в области информационного обслуживания;

72 Научные исследования и разработки;

73 Рекламная деятельность и изучение конъюнктуры рынка;

854 Высшее и послесреднее образование.

Специалист может осуществлять иные виды профессиональной деятельности при условии соответствия уровня его образования и приобретенных компетенций требованиям к квалификации работника.

13. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

веб-порталы и веб-сайты;

поисковые системы;

реклама в глобальной компьютерной сети Интернет;

базы данных;

прикладное программное обеспечение;

компьютерные технологии;

рекламные материалы;

конъюнктура рынка и общественное мнение;

интернет-аукционы оптовой и розничной торговли.

14. Специалист может решать задачи профессиональной деятельности следующих типов:

14.1. маркетинговые:

анализ рыночной ситуации и прогноз спроса с использованием

математических и программных средств;

разработка стратегии маркетинга, (определение рынка и его сегментирование, выбор целевых сегментов, позиционирование и разработка комплекса маркетинга);

планирование номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции, управление товарным знаком (брендом) с целью увеличения объемов продаж;

разработка стратегии ценообразования, формы и модели цены, политики скидок;

планирование и организация мероприятий по продвижению продукции; организация стимулирования сбыта с помощью рекламы, связей с общественностью, личных продаж и акций;

создание и (или) оптимизация системы каналов распределения продукции, сети посредников и (или) фирменной торговли;

планирование и проведение рекламных кампаний в глобальной компьютерной сети Интернет, выбор форм и способов рекламы, подбор и обоснование наиболее эффективных онлайн-площадок для рекламы, составление рекламных текстов, технических заданий на баннеры, тизеры и другие рекламные модули, анализ эффективности кампании;

осуществление ведения учетных записей (аккаунтов) компании в социальных сетях, поддержка групп пользователей и клиентов в социальных сетях и онлайн-форумах;

осуществление поискового продвижения веб-сайта, включая работу с биржами ссылок, SEO-копирайтинг и рерайтинг, добавление сайтов в тематические каталоги, сотрудничество с партнерскими ресурсами, мониторинг изменений алгоритмов поисковых машин;

осуществление веб-аналитики, анализ интересов и поведения целевой аудитории ресурса, управление потоком посетителей сайта (трафиком) и его эффективностью (конверсией);

управление структурой и содержательным наполнением (контентом) веб-сайта, анализ и оптимизация полезности, комфортности и понятности (юзабилити) веб-сайта для пользователя, постановка технических заданий для дизайнеров и разработчиков, контроль их выполнения;

осуществление электронного пиара, ведение блога организации, онлайн-копирайтинг, создание новостей, пресс-релизов и статей, а также их публикация на различных сайтах с целью продвижения бренда, формирования лояльности, распространения сведений о компании и услугах, а также привлечения пользователей интернета на сайт;

планирование и проведение кампании корпоративных рассылок маркетинговых материалов по электронной почте;

использование технологии мобильного маркетинга для продвижения продуктов и брендов, включая маркетинг через мобильные приложения и работу с QR-кодами;

14.2. производственно-технологические:

предпроектное обследование, выявление информационных потребностей заказчика в области электронного маркетинга и формирование требования к проектируемой информационной системе;

исследование рынка информационных систем в области взаимодействия организации со своими покупателями;

анализ альтернативных решений в области информатизации, формирование критериев их отбора;

разработка проектной документации;

разработка регламентов сопровождения и эксплуатации информационных систем в области электронного маркетинга;

проектирование, сопровождение и эксплуатация информационных систем в области электронного маркетинга;

составление технических заданий на разработку и модернизацию информационных систем в области электронного маркетинга;

моделирование предметной области, в том числе построение функциональных моделей бизнес-процессов, моделей потоков данных и потоков процессов, моделей баз данных;

участие в формировании политики организации (предприятия) в области информатизации ее деятельности и подготовке проектов соответствующих документов (концепций, планов, мероприятий, программ, решений и другое);

тестирование программного обеспечения в области электронного маркетинга;

разработка технической документации к программному обеспечению в области электронного маркетинга;

14.3. научно-исследовательские:

анализ перспективы развития технологий и инструментов электронного маркетинга;

проведение научных исследований с целью совершенствования методов проектирования, тестирования, оценки качества, внедрения и сопровождения программных решений и информационных систем в сфере электронного маркетинга;

разработка технических заданий на проектируемую информационную систему с учетом результатов научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;

14.4. организационно-управленческие:

работа с юридической литературой и трудовым законодательством;

организация работы малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей;

взаимодействие со специалистами смежных профилей;

анализ и оценка собранных данных;

ведение переговоров с другими заинтересованными участниками;
подготовка докладов, материалов к презентациям;
пользование глобальными информационными ресурсами;

14.5. инновационные:

поиск, систематизация и анализ информации по перспективам развития отрасли, инновационным технологиям, проектам и решениям;

определение целей инноваций в сфере электронного маркетинга и способов их достижения;

работа с научной, технической и патентной литературой;

разработка бизнес-планов инвестиционных проектов по созданию новых технологий;

оценка конкурентоспособности и экономической эффективности разрабатываемых технологий;

14.6. педагогические:

обучение и подготовка специалистов в области электронного маркетинга.

ГЛАВА 4

ТРЕБОВАНИЯ К КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

15. Специалист, освоивший содержание образовательной программы высшего образования I ступени по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг», должен обладать универсальными, базовыми профессиональными и специализированными компетенциями.

Универсальные, базовые профессиональные и специализированные компетенции устанавливаются с учетом Национальной рамки квалификаций высшего образования Республики Беларусь.

16. Специалист, освоивший содержание образовательной программы высшего образования I ступени, должен обладать следующими универсальными компетенциями (далее – УК):

УК-1. Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;

УК-2. Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий;

УК-3. Осуществлять коммуникации, в том числе на иностранном языке, для решения задач межличностного, профессионального и межкультурного взаимодействия;

УК-4. Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия;

УК-5. Обладать навыками саморазвития и совершенствования в профессиональной деятельности;

УК-6. Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в

профессиональной деятельности;

УК-7. Обладать гуманистическим мировоззрением, качествами гражданственности и патриотизма;

УК-8. Обладать современной культурой мышления, использовать основы философских знаний в профессиональной деятельности;

УК-9. Выявлять факторы и механизмы исторического развития, определять общественное значение исторических событий;

УК-10. Анализировать государственные и общественные институты белорусского этноса в контексте развития европейской цивилизации;

УК-11. Использовать основные социологические категории при анализе закономерностей развития общества;

УК-12. Обладать навыками творческого аналитического мышления;

УК-13. Владеть навыками здоровьесбережения, поддерживать необходимый и достаточный уровень физической подготовки, обеспечивающий полноценную профессиональную деятельность.

17. Специалист, освоивший содержание образовательной программы высшего образования I ступени, должен обладать следующими базовыми профессиональными компетенциями (далее – БПК):

БПК-1. Применять методы матричного исчисления, анализировать решения систем линейных алгебраических уравнений, исследовать уравнения кривых и поверхностей аналитическими методами для решения прикладных инженерных задач;

БПК-2. Применять методы дифференциального и интегрального исчислений, аппарат теории степенных и функциональных рядов при построении и исследовании математических моделей прикладных задач;

БПК-3. Формализовать и решать прикладные задачи в сфере инфокоммуникационных технологий с помощью методов дискретной математики;

БПК-4. Применять инструментарий теории вероятностей и математической статистики для формирования вероятностного подхода в инженерной деятельности;

БПК-5. Использовать современные методологии, программные средства для построения и анализа моделей процессов, данных, объектов;

БПК-6. Применять методы защиты производственного персонала и населения от воздействия негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать здоровые и безопасные условия труда;

БПК-7. Решать практические задачи в маркетинге с применением современных офисных прикладных компьютерных программ;

БПК-8. Анализировать экономические явления и процессы с учетом положений экономической теории;

БПК-9. Применять в практической деятельности основные концепции, методы и инструменты маркетинга для повышения эффективности деятельности организации;

БПК-10. Разрабатывать визуальные решения для осуществления маркетинговых коммуникаций с целевым рынком;

БПК-11. Применять основные методы алгоритмизации, способы и средства получения, хранения, обработки информации при решении профессиональных задач;

БПК-12. Разрабатывать компьютерные программы на объектно-ориентированном языке;

БПК-13. Проектировать, создавать и администрировать информационные базы данных для информационного обеспечения программных комплексов и систем;

БПК-14. Осуществлять бизнес-анализ предметной области и разрабатывать прототипы информационных систем;

БПК-15. Осуществлять комплекс маркетинга в глобальной компьютерной сети Интернет для повышения эффективности деятельности организации;

БПК-16. Разрабатывать и осуществлять стратегии и планы поискового продвижения на базе веб-аналитики;

БПК-17. Осуществлять прикладной статистический анализ на макро- и микроуровне экономических процессов и явлений;

БПК-18. Проводить комплекс маркетинговых исследований с целью информационного обеспечения принимаемых маркетинговых решений стратегического и тактического характера;

БПК-19. Разрабатывать эффективную ценовую политику для достижения коммерческих и иных целей организации;

БПК-20. Осуществлять глубокий анализ текущей и прогнозной маркетинговой ситуации с целью обоснования принимаемых управленческих решений;

БПК-21. Анализировать поведение потребителей и разрабатывать адекватные и эффективные маркетинговые стимулы.

18. При разработке образовательной программы высшего образования I ступени на основе настоящего образовательного стандарта все УК и БПК включаются в набор требуемых результатов освоения содержания образовательной программы высшего образования I ступени в соответствии с настоящим образовательным стандартом.

Перечень установленных настоящим образовательным стандартом УК может быть дополнен учреждением высшего образования с учетом направленности образовательной программы высшего образования I ступени в учреждении высшего образования.

Перечень специализированных компетенций учреждение высшего образования устанавливает самостоятельно с учетом направленности

образовательной программы высшего образования I ступени в учреждении высшего образования.

Дополнительные УК и специализированные компетенции устанавливаются на основе требований рынка труда, обобщения зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей соответствующей отрасли, иных источников.

Совокупность установленных настоящим образовательным стандартом УК и БПК, а также установленных учреждением высшего образования дополнительных УК и специализированных компетенций, должна обеспечивать специалисту способность осуществлять не менее чем один вид профессиональной деятельности, решая при этом не менее одного типа задач профессиональной деятельности, указанных в пунктах 12 и 14 настоящего образовательного стандарта.

ГЛАВА 5

ТРЕБОВАНИЯ К УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ I СТУПЕНИ

19. Образовательная программа высшего образования I ступени включает следующую учебно-программную документацию:

- типовой учебный план по специальности;
- учебный план учреждения высшего образования по специальности;
- типовые учебные программы по учебным дисциплинам;
- учебные программы учреждения высшего образования по учебным дисциплинам;
- программы практик.

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

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 аудиторных часов в неделю.

В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине (модулю), включается время, предусмотренное на подготовку к экзамену (экзаменам) и (или) зачету (зачетам) по данной учебной дисциплине (модулю).

21. Учебный план учреждения высшего образования по специальности разрабатывается в соответствии со структурой, приведенной в таблице 1.

Таблица 1

№ п/п	Наименование видов деятельности обучающегося, модулей, учебных дисциплин	Трудоемкость (в зачетных единицах)
1.	Теоретическое обучение	191-211
1.1.	Государственный компонент: Социально-гуманитарные дисциплины (Политология, История, Философия, Социология); Профессиональная лексика (Белорусский язык (профессиональная лексика), Иностранный язык); Математика (Линейная алгебра и аналитическая геометрия, Математический анализ); Дополнительные главы математики (Дискретная математика, Теория вероятностей и математическая статистика, Основы машинного обучения Безопасность жизнедеятельности человека ¹ ; Введение в маркетинг и экономику (Информационные технологии в маркетинге, Основы экономики, Основы маркетинга, Основы коммуникативного дизайна); Введение в программирование (Основы алгоритмизации и программирования, Основы объектно-ориентированного программирования, Базы данных, Бизнес-анализ и прототипирование программных продуктов); Основы электронного маркетинга (Интернет-маркетинг и электронная коммерция, Поисковое продвижение и веб-аналитика); Маркетинговый анализ и стратегия (Прикладной статистический анализ, Маркетинговые исследования, Ценовая политика, Стратегический маркетинговый анализ, Поведение потребителей)	93-118
1.2.	Компонент учреждения высшего образования ²	93-118
1.3.	Факультативные дисциплины	
1.4.	Дополнительные виды обучения (Физическая культура)	
2.	Учебная практика	3-9
3.	Производственная практика	12-18
4.	Дипломное проектирование	14-22
	Всего	240

22. Распределение трудоемкости между отдельными модулями и учебными дисциплинами государственного компонента, а также отдельными видами учебных и производственных практик осуществляется учреждением высшего образования.

23. Наименования учебных и производственных практик определяются учреждением высшего образования с учетом особенностей профессиональной деятельности специалиста.

В учебном плане учреждения высшего образования по специальности необходимо предусмотреть прохождение учебной (ознакомительной) практики на первом курсе обучения.

¹ Интегрированная учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности человека» включает вопросы защиты населения и объектов от чрезвычайных ситуаций, радиационной безопасности, основ экологии, основ энергосбережения, охраны труда.

² При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности учебная дисциплина «Основы управления интеллектуальной собственностью» планируется в качестве дисциплины компонента учреждения высшего образования, дисциплины по выбору либо факультативной дисциплины.

24. Трудоемкость каждой учебной дисциплины должна составлять не менее трех зачетных единиц. Соответственно, трудоемкость каждого модуля должна составлять не менее шести зачетных единиц.

25. При разработке учебного плана учреждения высшего образования по специальности рекомендуется предусматривать в рамках компонента учреждения высшего образования модули и учебные дисциплины по выбору обучающегося в объеме не менее 15 процентов от общего объема теоретического обучения.

26. Коды УК и БПК, формирование которых обеспечивают модули и учебные дисциплины государственного компонента, указаны в таблице 2.

Таблица 2

№ п/п	Наименование модулей, учебных дисциплин	Коды формируемых компетенций
1.	Социально-гуманитарные дисциплины	УК-4
1.1.	Политология	УК-7
1.2.	История	УК-9, 10
1.3.	Философия	УК-8
1.4.	Социология	УК-11
2.	Профессиональная лексика	УК-3
3.	Математика	УК-12
3.1.	Линейная алгебра и аналитическая геометрия	БПК-1
3.2.	Математический анализ	БПК-2
4.	Дополнительные главы математики	УК-12
4.1.	Дискретная математика	БПК-3
4.2.	Теория вероятностей и математическая статистика	БПК-4
4.3.	Основы машинного обучения	БПК-5
5.	Безопасность жизнедеятельности человека	БПК-6
6.	Введение в маркетинг и экономику	
6.1.	Информационные технологии в маркетинге	БПК-7
6.2.	Основы экономики	БПК-8
6.3.	Основы маркетинга	БПК-9
6.4.	Основы коммуникативного дизайна	БПК-10
7.	Введение в программирование	
7.1.	Основы алгоритмизации и программирования	УК-2; БПК-11
7.2.	Основы объектно-ориентированного программирования	БПК-12
7.3.	Базы данных	БПК-13
7.4.	Бизнес-анализ и прототипирование программных продуктов	БПК-14
8.	Основы электронного маркетинга	
8.1.	Интернет-маркетинг и электронная коммерция	УК-1, 5, 6; БПК-15
8.2.	Поисковое продвижение и веб-аналитика	БПК-16
9.	Маркетинговый анализ и стратегия	
9.1.	Прикладной статистический анализ	БПК-17
9.2.	Маркетинговые исследования	БПК-18
9.3.	Ценовая политика	БПК-19

9.4.	Стратегический маркетинговый анализ	БПК-20
9.5.	Поведение потребителей	БПК-21
10.	Курсовые проекты (курсовые работы)	УК-1, 5, 6
11.	Дополнительные виды обучения	
11.1.	Физическая культура	УК-13

27. Результаты обучения по модулям и учебным дисциплинам государственного компонента (знать, уметь, владеть) определяются учебными программами.

28. Результаты обучения по модулям и учебным дисциплинам компонента учреждения высшего образования, практикам, дипломному проектированию учреждение высшего образования планирует самостоятельно.

Учреждение высшего образования также может корректировать результаты обучения по модулям и учебным дисциплинам государственного компонента, указанные в типовых учебных программах по учебным дисциплинам, с учетом региональной специфики подготовки специалистов и особенностей учреждения высшего образования.

29. Результаты обучения должны быть соотнесены с требуемыми результатами освоения содержания образовательной программы высшего образования I ступени (компетенциями).

30. Совокупность запланированных результатов обучения должна обеспечивать выпускнику формирование всех УК и БПК, установленных настоящим образовательным стандартом, а также всех дополнительных УК и специализированных компетенций, установленных учреждением высшего образования самостоятельно.

ГЛАВА 6

ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

31. Педагогические работники учреждения высшего образования должны:

заниматься научно-методической деятельностью;

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, курсантами, слушателями.

Для осуществления образовательного процесса могут привлекаться специалисты реального сектора экономики, деятельность которых связана со специальностью высшего образования I ступени, в соответствии с законодательством.

32. Учреждение высшего образования должно располагать:

материально-технической базой, необходимой для организации образовательного процесса, самостоятельной работы и развития личности студента, курсанта, слушателя;

средствами обучения, необходимыми для реализации образовательной программы высшего образования I ступени (приборы, оборудование, инструменты, учебно-наглядные пособия, компьютеры, компьютерные сети, аудиовизуальные средства и иные материальные объекты).

Функционирование информационно-образовательной среды учреждения высшего образования обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и должно соответствовать законодательству.

Обучающиеся из числа лиц с особенностями психофизического развития должны быть обеспечены адаптированными печатными и (или) электронными образовательными ресурсами.

В случае применения дистанционных образовательных технологий допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся приобрести компетенции, определенные в главе 4 настоящего образовательного стандарта.

33. Научно-методическое обеспечение образовательного процесса должно соответствовать следующим требованиям:

учебные дисциплины (модули) должны быть обеспечены современной учебной, справочной, иной литературой, учебными программами, учебно-методической документацией, информационно-аналитическими материалами, в том числе в электронном виде;

должен быть обеспечен доступ для каждого студента, курсанта, слушателя к библиотечным фондам, электронным средствам обучения, электронным информационным ресурсам (локального доступа, удаленного доступа) по всем учебным дисциплинам (модулям).

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

Обязательным элементом научно-методического обеспечения образовательного процесса является размещенный на официальном сайте учреждения высшего образования в глобальной компьютерной сети Интернет каталог учебных дисциплин (модулей), который удовлетворяет следующим требованиям:

включает в себя удобную в использовании и актуальную информацию, доступную для абитуриентов на этапе вступительной кампании, а также для студентов, курсантов, слушателей на протяжении

всего периода обучения;

представляется на русском и (или) белорусском языке и английском языке;

описание каждой учебной дисциплины (модуля) содержит краткое содержание, формируемые компетенции, результаты обучения (знать, уметь, владеть), семестр, пререквизиты, трудоемкость в зачетных единицах (кредитах), количество аудиторных часов и самостоятельной работы, требования и формы текущей и промежуточной аттестации;

объем описания учебной дисциплины (модуля) составляет максимум одну страницу;

каталог учебных дисциплин (модулей) сопровождается структурной схемой образовательной программы высшего образования I ступени с зачетными единицами.

Учреждения высшего образования вправе самостоятельно принимать решение о формате каталога учебных дисциплин (модулей) и последовательности представления информации.

34. Требования к организации самостоятельной работы устанавливаются законодательством.

35. 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.

36. 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.

37. Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным или конечным требованиям образовательной программы высшего образования I ступени создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, задания открытого типа, задания коммуникативного типа, контрольные работы, тесты, комплексные квалификационные задания, тематику курсовых проектов (курсовых работ), методические разработки по инновационным формам обучения и контроля за формированием компетенций, тематику и принципы составления эссе, формы анкет для проведения самооценки компетенций обучающихся и иное. Фонды оценочных средств разрабатываются соответствующими кафедрами учреждения высшего образования.

38. 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.

ГЛАВА 7

ТРЕБОВАНИЯ К ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

39. Итоговая аттестация осуществляется государственной экзаменационной комиссией.

К итоговой аттестации допускаются студенты, курсанты, слушатели, полностью выполнившие соответствующие учебный план и учебные программы.

Итоговая аттестация студентов, курсантов, слушателей при освоении образовательной программы высшего образования I ступени по специальности 1-28 01 02 «Электронный маркетинг» проводится в форме защиты дипломного проекта (дипломной работы).

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

40. Требования к структуре, содержанию, объему и порядку защиты дипломного проекта (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.

Тематика дипломных проектов (дипломных работ) должна определяться актуальностью и практической значимостью.

