УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ "БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"

УТВЕРЖДЕНО
Ректором БГТУ
И.В.Войтовым
28.04.2023
Регистрационный № 05-041-005/уч.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Специальность: 6-05-0412-04 Маркетинг

Профилизации: Маркетинг в лесном комплексе
Маркетинг в химической промышленности
Маркетинг в промышленности строительных материалов

Форма получения образования: очная (дневная)

Квалификация:
Маркетолог. Экономист

Степень: Бакалавр

Срок обучения: 4 года

I. График образовательного процесса

Курсы	сентябрь					октябрь				ноябрь				декабрь					январь				февраль				март				апрель				май				июнь				июль				август				Теоретическое обучение	Экзаменационные сессии	Учебные практики	Производственные практики	Дипломное проектирование	Итоговая аттестация	Каникулы	Всего
	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29	5	12	19	26	2	9	16	23	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24								
	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	1	8	15	22	1	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	31								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52								
I										18									:	:	:	=	=								18										:	:	:	=	=	=	=	=	=	О	О	36	6	2				8	52
II										18									:	:	:	=	=								18										:	:	:	X	X	=	=	=	=	=	=	36	6		2			8	52
III										18									:	:	:	=	=								18										:	:	:	X	X	X	X	=	=	=	=	36	6		4			6	52
IV										19										:	:	:	=	=	X	X	X	X	X	X	//	//	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	//									19	3		6	10	3	2	43
																																																						127	21	2	12	10	3	24	199

Обозначения:
- теоретическое обучение
- О – учебная практика
- / – дипломное проектирование
- = – каникулы
- : – экзаменационная сессия
- X – производственная практика
- // – итоговая аттестация

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

III. План образовательного процесса

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов: Всего	Аудиторных	Из них: Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	Распределение по курсам и семестрам: I курс, 1 семестр (18 недель): Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	I курс, 2 семестр (18 недель): Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	II курс, 3 семестр (18 недель): Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	II курс, 4 семестр (18 недель): Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	III курс, 5 семестр (18 недель): Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	III курс, 6 семестр (18 недель): Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	IV курс, 7 семестр (19 недель): Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	IV курс, 8 семестр: Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	Код компетенции	Учебная дисциплина закреплена за кафедрой
1	**Государственный компонент**			**3252**	**1746**	**784**	**162**	**756**	**44**	**720**	**414**	**20**	**750**	**396**	**21**	**678**	**378**	**19**	**576**	**306**	**16**	**354**	**180**	**10**	**30**		**1**	**144**	**72**	**4**					
1.1	**Социально-гуманитарный модуль 1**																																			
1.1.1	История белорусской государственности	1		108	54	34			20	108	54	3																							УК-7	ИБиП
1.1.2	Философия	2		108	54	30			24				108	54	3																				УК-4,8	ФиП
1.2	**Иностранный язык**	3	1 2	324	180			180		108	72	3	108	54	3	108	54	3																	УК-3	МКиТП
1.3	**Информационные технологии**	2	1 Д	288	144	54	90			108	54	3	180	90	5																				УК-2	ИиВД
1.4	**Математический модуль**																																		БПК-1	
1.4.1	Высшая математика	1 2		216	144	72		72		108	72	3	108	72	3																					ВМ
1.4.2	Теория вероятностей	3		108	72	36		36								108	72	3																		ВМ
1.5	**Модуль "Статистика и эконометрика"**																																			
1.5.1	Статистика	3		108	72	36		36								108	72	3																	БПК-2	ЭиУП
1.5.2	Эконометрика	5		108	72	36	36															108	72	3											БПК-3	ВМ
1.6	**Модуль "Экономика 1"**																																			
1.6.1	Экономическая теория	1		108	72	36		36		108	72	3																							БПК-4	ЭТиМ
1.6.2	Микроэкономика	2		108	72	36		36					108	72	3																				БПК-5	ЭТиМ
1.7	**Модуль "Экономика 2"**																																			
1.7.1	Макроэкономика	3		216	108	54		54								216	108	6																	БПК-6	ЭТиМ
1.7.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Макроэкономика"			30												30		1																	УК-1, БПК-6	ЭТиМ
1.7.3	Международная экономика		4	108	54	36		18											108	54	3														БПК-7	ЭТиМ
1.8	**Национальная экономика Беларуси**		4	108	72	36		36											108	72	3														БПК-8	ЭТиМ
1.9	**Модуль "Маркетинг"**																																			
1.9.1	Теория маркетинга	1	2 Д	288	144	72		72		180	90	5	108	54	3																				БПК-9	ЭТиМ
1.9.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Теория маркетинга"			30									30		1																				УК-1 БПК-9	ЭТиМ
1.9.3	Стратегический маркетинг	3		108	72	36		36								108	72	3																	УК-1 БПК-10	ЭТиМ
1.9.4	Международный маркетинг	7		144	72	36		36																				144	72	4					БПК-11	ЭТиМ
1.10	**Модуль "Технологии маркетинга"**																																			
1.10.1	Маркетинговые исследования и аналитика	4	5 Д	288	144	72	36	36											180	90	5	108	54	3											УК-1 БПК-12	ЭТиМ
1.10.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Маркетинговые исследования и аналитика"			30																					30		1								УК-1,5,6 БПК-12	ЭТиМ
1.10.3	Интегрированные маркетинговые коммуникации	5	4 Д	288	144	72		72											180	90	5	108	54	3											УК-5,6 БПК-13	ЭТиМ
1.10.4	Курсовая работа по учебной дисциплине "Интегрированные маркетинговые коммуникации"			30																		30		1											УК-1,5,6 БПК-13	ЭТиМ
2	**Компонент учреждения образования**			**3978**	**2214**	**1188**	**342**	**648**	**36**	**288**	**126**	**8**	**288**	**180**	**8**	**324**	**198**	**9**	**462**	**234**	**13**	**642**	**396**	**18**	**930**	**540**	**26**	**1044**	**540**	**32**					
2.1	**Социально-гуманитарный модуль 2**																																			
2.1.1	Политология		1 Д	72	36	24			12	72	36	2																							УК-12	ИБиП
2.12	Социальная психология / Личностно-профессиональное развитие специалиста		2 Д	72	36	24			12				72	36	2																				УК-13 / УК-4,14	ФиП / ИБиП
2.1.3	Основы права		6 Д	72	36	24			12																72	36	2								УК-11	ФиП
2.2	**Модуль "Экономика 3"**																																			
2.2.1	Экономика организации (предприятия)	4	3	216	126	72		54								108	72	3	108	54	3														СК-1	ЭиУП
2.2.2	Курсовая работа по учебной дисциплине "Экономика организации (предприятия)"			30															30		1														УК-1,5,6 СК-1	ЭиУП
2.2.3	Экономический анализ деятельности организации	6		108	72	36		36																	108	72	3								СК-2	ЭиУП
2.3	**Белорусский язык (профессиональная лексика)**		1	108	36			36		108	36	3																							УК-9	БФ
2.4	**Модуль "Интернет-маркетинг"**																																			
2.4.1	Дизайн интерфейсов интернет-объектов		2	108	72	36	36						108	72	3																				СК-3,4	ИиВД
2.4.2	Инструменты интернет-маркетинга	4		108	54	18	36												108	54	3														СК-5	ЭТиМ
2.4.3	Маркетинг в социальных медиа	6		108	72	36	36																		108	72	3								СК-6	ЭТиМ
2.4.4	Курсовая работа по учебной дисциплине "Маркетинг в социальных медиа"			30																								30		1					УК-1,5,6 СК-6	ЭТиМ
2.5	**Модуль "Прикладной маркетинг"**																																			
2.5.1	Поведение потребителей		3	108	54	36		18								108	54	3																	СК-7	ЭТиМ
2.5.2	Товарная политика	4		108	54	36		18											108	54	3														СК-8	ЭТиМ
2.5.3	Распределение товаров		5	108	72	36		36														108	72	3											СК-9	ЭТиМ
2.5.4	Контент-маркетинг		6	108	54	36	18																		108	54	3								СК-10	ЭТиМ
2.5.5	Ценообразование		7	96	72	36		36																				96	72	3					СК-11	ЭиУП
2.5.6	Маркетинг инноваций	7		192	90	54		36																				192	90	6					СК-12	ЭТиМ
2.6	**Модуль "Бизнес-процессы организации (предприятия)"**																																			
2.6.1	Маркетинговая деловая коммуникация		1	108	54	36		18		108	54	3																							СК-13	ЭТиМ
2.6.2	Логистика	6		144	90	54	18	18																	144	90	4								СК-14	ЭТиМ
2.6.3	Курсовая работа по учебной дисциплине "Логистика"			30																								30		1					УК-1,5,6, СК-14	ЭТиМ

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам																							Код компетенции	Учебная дисциплина закреплена за кафедрой
				Всего	Аудиторных	Из них				I курс						II курс						III курс						IV курс								
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр 18 недель			2 семестр 18 недель			3 семестр 18 недель			4 семестр 18 недель			5 семестр 18 недель			6 семестр 18 недель			7 семестр 19 недель			8 семестр				
										Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц	Всего часов	Ауд.часов	Зач.единиц		
2.7	**Модуль "Проектное управление"**																																	
2.7.1	Управление проектами		5	108	72	36		36														108	72	3									СК-15	ОПиЭН
2.7.2	Экономическое обоснование маркетинговых решений	5		180	108	36	36	36														180	108	5									СК-16	ЭТиМ
2.7.3	Курсовая работа по учебной дисциплине "Экономическое обоснование маркетинговых решений"			30																					30		1						УК-1,5,6 СК-16	ЭТиМ
2.7.4	Анализ бизнес-процессов		6	108	54	36		18																	108	54	3						СК-17	ЭТиМ
2.7.5	Управление маркетингом		7	96	54	36		18																				96	54	3			СК-18	ЭТиМ
2.8	**Модуль "Управление"**																																	
2.8.1	Вневшеэкономическая деятельность	6		144	90	54		36																	144	90	4						СК-19	ЭиУП
2.8.2	Правовое обеспечение бизнеса	7		108	54	36		18																				108	54	3			СК-20	ФиП
2.8.3	Корпоративные информационные системы в управлении организацией		7	96	36	18	18																					96	36	3			СК-21	ЭиУП
2.9	**Модуль "Анализ данных"**																																	
2.9.1	Маркетинговый аудит		6	108	72	36		36																	108	72	3						СК-22	ЭТиМ
2.9.2	Анализ данных		7	96	54	36	18																					96	54	3			СК-23	ЭиУП
2.9.3	Деловая инфографика		7	96	54	18	36																					96	54	3			СК-24	ЭТиМ
2.10	**Современные концепции маркетинга**	7		108	72	36		36																				108	72	3			СК-25	ЭТиМ
2.11	**Модуль "Маркетинг в лесном комплексе"**																																	
2.11.1	Теоретические основы химии		2	108	72	36	18	18					108	72	3																		СК-26	ХТЭПиМЭТ
2.11.2	Лесное товароведение		3	108	72	36	18	18								108	72	3															СК-27	ЛЗиД
2.11.3	Технология лесохозяйственного производства	4		108	72	36	18	18											108	72	3												СК-28	ЛВ
2.11.4	Технология и оборудование лесозаготовительного производства	5		108	72	36	18	18														108	72	3									СК-29	ЛМДиТЛП
2.11.5	Технология и оборудование деревообрабатывающих производств	5		108	72	36	18	18														108	72	3									СК-30	ТДиД
2.11.6	Курсовая работа по учебной дисциплине по выбору студента (пп. 2.11.3-2.11.5)			30																		30		1									УК-1,5,6, СК-28/СК-29/ СК-30	ЛВ / ТДИД/ ЛМДиТЛП
2.11.7	Маркетинг в отрасли	7		96	54	36		18																				96	54	3			СК-31	ЭТиМ
2.12	**Модуль "Маркетинг в химической промышленности"**																																	
2.12.1	Теоретические основы химии		2	108	72	36	18	18					108	72	3																		СК-26	ХТЭПиМЭТ
2.12.2	Органическая химия		3	108	72	36	18	18								108	72	3															СК-32	ОХ
2.12.3	Технология и оборудование синтеза и переработки полимеров	4		108	72	36	18	18											108	72	3												СК-33	ПКМ
2.12.4	Технология и оборудование производства минеральных удобрений и солей	5		108	72	36	18	18														108	72	3									СК-34	ТНВиОХТ
2.12.5	Технология и оборудование основного органического и нефтехимического синтеза	5		108	72	36	18	18														108	72	3									СК-35	НГПиНХ
2.12.6	Курсовая работа по учебной дисциплине по выбору студента (пп. 2.12.3-2.12.5)			30																		30		1									УК-1,5,6, СК-33/СК-34/ СК-35	ПКМ / ТНВиОХТ / НГПиНХ
2.12.7	Маркетинг в отрасли	7		96	54	36		18																				96	54	3			СК-31	ЭТиМ
2.13	**Модуль "Маркетинг в промышленности строительных материалов"**																																	
2.13.1	Теоретические основы химии		2	108	72	36	18	18					108	72	3																		СК-26	ХТЭПиМЭТ
2.13.2	Органическая химия		3	108	72	36	18	18								108	72	3															СК-32	ОХ
2.13.3	Технология и оборудование производства керамических изделий	4		108	72	36	18	18											108	72	3												СК-36	ТСиК
2.13.4	Технология и оборудование производства стеклянных изделий	5		108	72	36	18	18														108	72	3									СК-37	ТСиК
2.13.5	Технология и оборудование производства строительных материалов на основе вяжущих веществ	5		108	72	36	18	18														108	72	3									СК-38	ХТВМ
2.13.6	Курсовая работа по учебной дисциплине по выбору студента (пп. 2.13.3-2.13.5)			30																		30		1									УК-1,5,6, СК-36/СК-37/ СК-38	ТСиК / ХТВМ
2.13.7	Маркетинг в отрасли	7		96	54	36		18																				96	54	3			СК-31	ЭТиМ
2.14	**Факультативные дисциплины**																																	
2.14.1	Великая Отечественная война советского народа (в контексте Второй мировой войны)			/10	/10	/10				/10	/10																							ИБиП
2.14.2	Противодействие коррупции			/34	/34	/24		/10											/34	/34														ФиП
2.14.4	Физическая культура			/72	/72			/72														/36	/36		/36	/36								ФВиС
2.15	**Дополнительные виды обучения**																																	
2.15.1	Физическая культура		/1-6	/360	/360			/360		/72	/72		/72	/72		/72	/72		/72	/72		/36	/36		/36	/36								УК-10	ФВиС
2.15.2	Безопасность жизнедеятельности человека*		/2	/108	/72	/36	/18	/18					/108	/72																				БПК-14	БЖД
2.15.3	Деловой иностранный язык		/5-6	/144	/72			/72														/72	/36		/72	/36								УК-3	МКиТП
2.15.4	Учебно-исследовательская работа студентов		/7	/108	/54			/54																	/36	/18		/72	/36					СК-39	ЭТиМ
2.15.5	Основы управления интеллектуальной собственностью		/7	/60	/34	/22		/12																				/60	/34					СК-40	14 ЛК ФиП, ФХМиОК
2.15.6	Обзорные лекции по специальности			/16	/16	/16																									/16	/16			ЭТиМ

Количество часов учебных занятий	**7230**	**3960**	**1972**	**504**	**1404**	**80**	**1008**	**540**	**28**	**1038**	**576**	**29**	**1002**	**576**	**28**	**1038**	**540**	**29**	**996**	**576**	**28**	**960**	**540**	**27**	**1188**	**612**	**36**						
Количество часов учебных занятий в неделю								**30**			**32**			**32**			**30**			**32**			**30**			**32**							
Количество курсовых проектов																																		
Количество курсовых работ	**9**										**1**			**1**			**1**			**2**			**2**			**2**							
Количество экзаменов	**32**							**4**			**4**			**5**			**5**			**5**			**4**			**5**							
Количество зачетов	**28**							**5**			**5**			**3**			**3**			**3**			**4**			**5**							

IV. Учебные практики				V. Производственные практики				VI. Дипломное проектирование			VII. Итоговая аттестация
Название практики	Семестр	Недель	Зачетных единиц	Название практики	Семестр	Недель	Зачетных единиц	Семестр	Недель	Зачетных единиц	
Ознакомительная	2	2	3	Аналитическая	4	2	3	8	10	15	1. Государственный экзамен по специальности 2. Защита дипломной работы в ГЭК
				Организационно-экономическая	6	4	5				
				Преддипломная	8	6	9				

Проректор по учебной работе _____ А.А.Сакович
_____ 2023

Декан инженерно-экономического факультета _____ А.Б.Ольферович
_____ 2023

Заведующий кафедрой экономической теории и маркетинга _____ К.К.Шебеко
_____ 2023

Рекомендован к утверждению научно-методическим советом БГТУ, протокол № 6 от 28.04.2023

Продолжение учебного плана по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг, регистрационный № 05-041-005/уч.

VIII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации	1.7.2, 1.9.2, 1.9.3, 1.10.1, 1.10.2, 1.10.4, 2.2.2, 2.4.4, 2.6.3, 2.7.3, 2.11.6, 2.12.6, 2.13.6
УК-2	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий	1.3
УК-3	Осуществлять коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1.2, 2.15.3
УК-4	Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия	1.1.2, 2.1.2
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.10.2, 1.10.3, 1.10.4, 2.2.2, 2.4.4, 2.6.3, 2.7.3, 2.11.6, 2.12.6, 2.13.6
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.10.2, 1.10.3, 1.10.4, 2.2.2, 2.4.4, 2.6.3, 2.7.3, 2.11.6, 2.12.6, 2.13.6
УК-7	Обладать способностью анализировать процессы государственного строительства в разные исторические периоды, выявлять факторы и механизмы исторических изменений, определять социально-политическое значение исторических событий (личностей, артефактов и символов) для современной белорусской государственности, в совершенстве использовать выявленные закономерности в процессе формирования гражданской идентичности	1.1.1
УК-8	Обладать современной культурой мышления, гуманистическим мировоззрением, аналитическим и инновационно-критическим стилем познавательной, социально-практической и коммуникативной деятельности, использовать основы философских знаний в непосредственной профессиональной деятельности, самостоятельно усваивать философские знания и выстраивать на их основании мировоззренческую позицию	1.1.2
УК-9	Использовать языковой материал в профессиональной области на белорусском языке	2.3
УК-10	Владеть навыками здоровьесбережения	
УК-11	Обладать способностью грамотно использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности,владеть навыками поиска нормативных правовых актов, анализа их содержания и применения в непосредственной профессиональной деятельности	2.1.3
УК-12	Обладать способностью анализировать политические события, процессы, отношения, владеть культурой политического мышления и поведения, использовать основы политологических знаний для формирования культуры осознанного и рационального политического выбора, утверждения социально ориентированных ценностей	2.1.1
УК-13	Обладать способностью анализировать социально-психологические явления в социуме и прогнозировать тенденции их развития,использовать социально-психологические знания при управлении коллективной работой в профессиональной деятельности, эффективно использовать навыки делового общения в профессиональной среде	2.1.2
УК-14	Обладать способностью разрабатывать и реализовать методики и технологии самоорганизации и самообразования, проектировать траектории своего профессионального роста и личностного развития, осознанно осуществлять педагогическую работу с детьми в условиях семьи в разных видах деятельности	2.1.2
БПК-1	Использовать основные математические понятия и методы вычислений для анализа и моделирования экономических процессов	1.4
БПК-2	Оперировать основными понятиями и методами статистики, применять статистический инструментарий для количественной оценки массовых социально-экономических явлений и процессов, устанавливать статистические закономерности их развития	1.5.1
БПК-3	Применять понятия, методы эконометрики, эконометрические модели и инструменты для количественной оценки статистических зависимостей индикаторов социально-экономического развития	1.5.2
БПК-4	Понимать мотивы поведения субъектов рыночной экономики, особенности экономических процессов в Республике Беларусь и других странах, анализировать экономическую информацию, применять полученные теоретические знания в качестве методологической основы изучения прикладных экономических дисциплин	1.6.1
БПК-5	Понимать поведение потребителей и организаций в рыночной экономике, механизмы ценообразования на товарных и ресурсных рынках, условия общего экономического равновесия, направления, инструменты и границы государственной микроэкономической политики, применять теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора	1.6.2
БПК-6	Понимать механизмы функционирования агрегированных рынков и инструменты бюджетно-налоговой и денежно-кредитной политики, анализировать макроэкономические процессы, происходящие в Республике Беларусь и других странах, оценивать результаты макроэкономической политики	1.7.1, 1.7.2
БПК-7	Определять и анализировать современные тенденции развития международной экономики, осуществлять выбор оптимальных инструментов регулирования внешнеэкономической деятельности	1.7.3
БПК-8	Понимать особенности и механизм функционирования национальной экономики, оценивать ресурсный потенциал и конкурентные преимущества, определять тенденции и перспективы ее развития для решения текущих экономических проблем и реализации стратегических целей и задач социально-экономического развития	1.8
БПК-9	Понимать основные понятия, концепции и виды маркетинга, реализовывать процесс сегментирования рынка и позиционирования организации (товара) на нём, использовать аналитический инструментарий для планирования и реализации концепции маркетинга, оценивать эффективность маркетинговой деятельности	1.9.1, 1.9.2
БПК-10	Понимать особенности реализации стратегического маркетинга в деятельности организаций разной отраслевой направленности, проводить аудит маркетинга, определять целевой рынок, оценивать конкурентный потенциал бизнеса, уверенно пользоваться различными методами при разработке маркетинговых стратегий	1.9.3
БПК-11	Реализовывать концепцию международного маркетинга в профессиональной деятельности, применять подходы к изучению и анализу международной маркетинговой среды, разрабатывать стратегии проникновения на мировой рынок и соответствующие им маркетинговые планы и программы с применением информационных технологий	1.9.4
БПК-12	Организовывать и проводить маркетинговые исследования и аналитику рыночных данных с учетом методологии маркетинговых исследований	1.10.1, 1.10.2
БПК-13	Внедрять систему интегрированных маркетинговых коммуникаций в деятельность организации, реализовывать эффективное продвижение товаров и услуг на рынке, планировать тактические и стратегические программы интегрированных маркетинговых коммуникаций	1.10.3, 1.10.4
БПК-14	Применять основные методы защиты населения от негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать здоровые и безопасные условия труда	2.15.2
СК-1	Применять методологию расчета и анализа основных показателей производственно-хозяйственной деятельности организации (предприятия) для принятия обоснованных решений по ее (его) развитию	2.2.1, 2.2.2
СК-2	Использовать учетные и отчетные данные, специальные приемы анализа при оценке финансового и экономического состояния организации для принятия управленческих решений и обоснования плана ее перспективного развития	2.2.3
СК-3	Понимать основы функциональной, конструктивной, эстетической ценности объектов дизайна, создавать эскизы и наглядные изображения объектов дизайна средствами композиции	2.4.1
СК-4	Владеть методами и приемами работы в графических редакторах, создавать комбинированные изображения, применять специальные эффекты	2.4.1
СК-5	Осуществлять комплекс методик, процессов, действий в сети Интернет для повышения эффективности деятельности организации	2.4.2
СК-6	Создавать контент на основе известных принципов, понимать основы работы с социальными сетями, интернет-СМИ	2.4.3, 2.4.4
СК-7	Проводить исследование отдельных лиц, групп или организаций и всех видов деятельности, связанных с покупкой, использованием и распоряжением товарами и услугами, включая эмоциональные, психические и поведенческие реакции потребителя, которые предшествуют или следуют за этими действиями с целью повышения лояльности и вовлеченности клиентов	2.5.1
СК-8	Формулировать цели и задачи управления товаром в организациях разных сфер и отраслей деятельности, проводить всесторонний анализ ассортимента, разрабатывать оптимальный товарный портфель организации, реализовывать технологию категорийного менеджмента, создавать, развивать и управлять товарными брендами	2.5.2
СК-9	Планировать, формировать и проводить оценку эффективности систем распределения товаров организаций	2.5.3
СК-10	Создавать контент-план и использовать различные методы для вовлечения потребителей	2.5.4
СК-11	Формировать цены по стадиям товародвижения, анализировать и принимать управленческие решения в области ценообразования и применения цен, и оценивать их эффективность	2.5.5
СК-12	Применять принципы, методы и инструменты маркетинга в инновационном процессе, пользоваться умениями и навыками в области ситуационного анализа рынка инноваций, принятия маркетинговых решений по обеспечению инновационного развития организации	2.5.6
СК-13	Организовывать деловые переговоры с учетом этических особенностей деловых сторон, соблюдать этические нормы делового общения, этикета и работать в команде в стрессовой ситуации	2.6.1
СК-14	Применять принципы логистики для повышения эффективности деятельности организации	2.6.2, 2.6.3
СК-15	Реализовывать подходы и использовать методы планирования, организации и завершения процессов управления проектами	2.7.1
СК-16	Осуществлять глубокий анализ текущей и прогнозной ситуации с целью обоснования принимаемых маркетинговых решений	2.7.2, 2.7.3
СК-17	Применять инструментальные средства и системы, используемые для описания и анализа бизнес-процессов, применять методы анализа и моделирования бизнес-процессов	2.7.4
СК-18	Определять цели развития руководимого подразделения, разрабатывать мероприятия по их достижению, осваивать и реализовывать инновации в управлении маркетинговой деятельности	2.7.5
СК-19	Использовать механизм осуществления внешнеторговых операций, методы регулирования внешнеэкономической деятельности для освоения новых сегментов внешних рынков с учетом изменяющейся конъюнктуры	2.8.1
СК-20	Применять нормы белорусского законодательства, регулирующего формы бизнеса и современные направления его развития	2.8.2
СК-21	Решать широкий спектр задач по автоматизации учета и управления на динамично развивающемся предприятии	2.8.3
СК-22	Разрабатывать концепцию проведения маркетингового аудита организации, выбирать пригодные в конкретных ситуациях научные методы, проводить изучение конкурентной среды и потребительских предпочтений, обрабатывать и анализировать результаты проведенных аудиторских проверок	2.9.1
СК-23	Применять методы поиска закономерностей, связей, правил в табулированных массивах данных большого объема овладение практическими умениями и навыками реализации технологий анализа данных, формирования и проверки гипотез о их природе и структуре, варьирования применяемыми моделями	2.9.2
СК-24	Предоставлять бизнес-информацию сцелью наиболее качественного раскрытия проблем и пути их решения	2.9.3
СК-25	Организовывать маркетинговую деятельность с использованием современных концепций маркетинга и эффективным внедрением маркетингового инструментария при ведении бизнеса	2.10
СК-26	Понимать природу химических реакций, используемых в производстве химических веществ и материалов, кинетического и термодинамического подходов к описанию химических процессов с	2.11.1,
СК-27	Типировать породы древесины, выявлять основные пороки и знать основные продукты, выпускаемые в лесном комплексе	2.11.2
СК-28	Понимать технологию лесовыращивания и использование товаров и услуг при побочном лесопользовании	2.11.3, 2.11.6
СК-29	Применять технологии проведения рубок главного и промежуточного пользования	2.11.4, 2.11.6
СК-30	Применять технологию переработки древесины в продукцию с высокой добавленной стоимостью	2.11.5,2.11.6
СК-31	Использовать инструменты маркетинга с учетом отраслевой специфики	2.11.7, 2.12.7,2.13.7
СК-32	Понимать химические и физические свойства органических соединений, способы их получения, реакционную способность, взаимные превращения, а также их применение в промышленности и жизнедеятельности человека	2.12.2, 2.13.2
СК-33	Применять знания в области методов получения полимеров	2.12.3, 2.12.6
СК-34	Понимать методы получения основных минеральных солей и удобрений	2.12.4,2.12.6
СК-35	Применять знания в области методов получения продуктов органического и нефтехимического синтеза	2.12.5,2.12.6
СК-36	Применять знания в области методов получения различных видов керамики	2.13.3,2.13.6
СК-37	Применять знания в области основных методов получения разных видов стекол	2.13.4,2.13.6
СК-38	Понимать способы использования строительных материалов на основе вяжущих веществ, технологии их получения и используемое для этого оборудование	2.13.5,2.13.6
СК-39	Применять навыки постановки целей и проведения самостоятельных научных исследований, актуализировать полученные знания, осуществлять поиск, анализ и синтез информации	2.15.4
СК-40	Применять нормы международного и национального законодательства в процессе создания и реализации объектов интеллектуальной собственности	2.15.5

[Д] Дифференцированный зачет.

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

Проректор по учебной работе _____ А.А.Сакович
_____ 2023

Декан инженерно-экономического факультета _____ А.Б.Ольферович
_____ 2023

Заведующий кафедрой экономической теории и маркетинга _____ К.К.Шебеко
_____ 2023

Рекомендован к утверждению научно-методическим советом БГТУ,
протокол № 6 от 28.04.2023