

ПОСТАНОВЛЕНИЕ МИНИСТЕРСТВА ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
28 августа 2023 г. № 285

**Об утверждении образовательных стандартов
переподготовки руководящих работников
и специалистов**

На основании части первой пункта 2 статьи 249 Кодекса Республики Беларусь об образовании Министерство образования Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить:

1.1. образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, по специальности 9-09-0412-10 «Маркетинг» (прилагается);

1.2. образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, по специальности 9-09-0412-11 «Международный маркетинг» (прилагается);

1.3. образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, по специальности 9-09-0412-12 «Логистика» (прилагается);

1.4. образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, по специальности 9-09-0412-14 «Международные бизнес-коммуникации» (прилагается);

1.5. образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, по специальности 9-09-0413-03 «Международное торговое сотрудничество» (прилагается).

2. Настоящее постановление вступает в силу после его официального опубликования.

Министр

А.И.Иванец

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
28.08.2023 № 285

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РУКОВОДЯЩИХ
РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ
(ОСРБ 9-09-0412-10)**

ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ,
ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Специальность: 9-09-0412-10 Маркетинг

Квалификация: Маркетолог

ПЕРАПАДРЫХТОЎКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ І СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ
ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ

Спецыяльнасць: 9-09-0412-10 Маркетынг

Кваліфікацыя: Маркеталаг

RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS HAVING HIGHER EDUCATION

Speciality: 9-09-0412-10 Marketing

Qualification: Marketing specialist

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящий образовательный стандарт разрабатывается по специальности 9-09-0412-10 «Маркетинг» с присвоением квалификации «Маркетолог».

2. Настоящий образовательный стандарт может использоваться нанимателями при решении вопросов трудоустройства специалистов, предъявляющих дипломы о переподготовке на уровне высшего образования установленного образца.

3. В соответствии с Общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации» специальность 9-09-0412-10 «Маркетинг» (далее – специальность переподготовки) относится к профилю образования 04 «Бизнес, управление и право», направлению образования 041 «Бизнес и управление», к группе специальностей 0412 «Менеджмент, логистика, маркетинг и реклама».

4. В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на следующие акты законодательства:

Кодекс Республики Беларусь об образовании;

Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации».

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

канал товародвижения – совокупность организаций или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю;

маркетинг – вид деятельности, направленной на организацию производства, продажи и продвижение товаров (услуг), ориентированную на максимально полное удовлетворение быстро меняющихся разнообразных потребностей конкретных групп покупателей и достижение на этой основе конкурентных преимуществ, способствующих устойчивому получению прибыли;

маркетинговые исследования – сбор, обработка, и анализ данных с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений;

маркетинговые коммуникации – процесс передачи покупателю информации о продукте;

маркетинговые мероприятия – комплекс мероприятий, осуществляемых маркетинговой службой организации либо сторонними специалистами-маркетологами, направленных на достижение конечной цели маркетинга организации;

«Маркетолог» (в рамках специальности переподготовки) – квалификация специалиста с высшим образованием, занимающегося организацией создания товаров и услуг, и механизмами их реализации, как единым комплексным процессом.

ГЛАВА 2 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6. Видами профессиональной деятельности специалиста являются:

организационно-управленческая;

маркетинговая;

экономическая;

аналитическая;

сбытовая;

производственно-хозяйственная.

7. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

организации;

маркетинговые подразделения организаций;

специалисты организаций;
затраты (материальные, финансовые, иные);
результаты деятельности (производство товаров, финансовые показатели, материальные ресурсы, иные);
рынки (рынки товаров, рынки услуг, рынки сбыта, иные);
потоки (финансовые, информационные, логистические, товарные, иные);
процессы (производственные, организационные);
информация.

8. Функциями профессиональной деятельности специалиста являются:
проведение маркетинговых исследований;
разработка стратегии маркетинга организации;
экономическое и маркетинговое планирование в организации;
проектирование процессов маркетинговой деятельности организации и расчет норм и нормативов;
внедрение инноваций в маркетинговую деятельность организации;
применение эффективных методов анализа и оценки маркетинговой деятельности организации.

9. Задачами, решаемыми специалистом при выполнении функций профессиональной деятельности, являются:

проведение исследований в области организации и управления производственно-хозяйственной, коммерческой и сбытовой деятельностью организации, ориентированных на удовлетворение потребностей реальных и потенциальных потребителей рынка;

определение предмета исследования и разработка рабочих планов и программ проведения отдельных этапов исследовательских работ;

анализ показателей производственно-сбытовой деятельности субъектов хозяйствования для определения эффективности их деятельности по каждому из направлений производства и сбыта, выявления целесообразности изменения или сохранения стратегии по этим направлениям;

исследование спроса как определения сегментов рынка через группы критериев сегментации в целях обеспечения рыночного успеха субъекта хозяйствования: географических, национальных, половозрастных, профессиональных, экономических, имущественных и приверженности к товару организации;

оценка сильных и слабых сторон деятельности конкурентов по различным критериям, в целях определения возможных вариантов рыночной доли;

изучение общей конъюнктуры отрасли с точки зрения перспектив ее развития и в целях выявления разрыва между спросом и предложением, то есть нахождения пробелов в использовании, реализации, ассортименте товаров в деятельности конкурентов;

анализ системы сбыта продукции в целях выявления возможностей и эффективности сбыта через альтернативные каналы: собственную сбытовую сеть, агентов по сбыту, посредством торгов и иное;

прогнозирование экономической ситуации, которая может повлиять на условия сбыта на данном рынке;

анализ действующих и новых технологий для определения цикла жизни наиболее важных технологических новшеств в смежных отраслях в сравнении с циклом существующих технологических разработок в отрасли и прогнозирование возможного влияния нововведений на рынок сбыта продукции;

анализ организационной структуры организации: исследования по структуре кадров и их стимулированию, структуре управления, действующей системе планирования, стилю работы в целях определения степени соответствия организационной структуры стратегическим задачам организации и возможности ее перестройки в нужных направлениях;

анализ финансовых аспектов деятельности организации для определения способности финансировать существующие и перспективные направления ее деятельности;

исследование структуры издержек в сравнении со структурой издержек конкурентов для определения абсолютной и относительной прибыльности (убыточности) операций на рынке сбыта и возможности экономических затрат на производство и сбыт;

анализ внешнеэкономической деятельности организации, разработка предложений и мероприятий по развитию прогрессивных форм внешнеэкономических связей, научно-технического и экономического сотрудничества с зарубежными странами;

осуществление сбора, обработки, анализа и систематизации научно-технической и экономической информации по проблемам маркетинговых исследований;

подготовка информационных обзоров экономических, научно-технических публикаций по исследуемым проблемам в области маркетинга;

формирование маркетинговой информационной системы (далее – МИС) как части постоянно действующего интегрированного процесса отслеживания и хранения данных для анализа в будущем;

конкретизация и удовлетворение с помощью МИС общих потребностей службы маркетинга в той или иной информации;

организация накопления и хранения информации, собранной через маркетинговые исследования.

10. Переподготовка специалиста должна обеспечивать формирование следующих групп компетенций: базовых профессиональных и специализированных.

11. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими базовыми профессиональными компетенциями (далее – БП):

БП 1. Знать основы регулирования правовой, политической и экономической системы государства, порядок формирования и функционирования государственных органов;

БП 2. Уметь толковать и применять акты законодательства в сфере профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с ними;

БП 3. Знать порядок, процедуры оформления, регистрации и реализации прав на объекты интеллектуальной собственности;

БП 4. Уметь комплексно использовать инструменты защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности, применять механизмы правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности;

БП 5. Знать и уметь применять на практике механизмы противодействия коррупции;

БП 6. Уметь квалифицировать общественно опасное поведение, подпадающее под признаки коррупционных правонарушений, содействовать пресечению проявлений коррупции;

БП 7. Знать и соблюдать требования по охране труда в пределах выполнения должностных обязанностей.

12. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими специализированными компетенциями (далее – СП):

СП 1. Знать методику проведения статистического исследования;

СП 2. Знать перспективы экономического развития отрасли экономики, организации;

СП 3. Знать экономику, организацию производства, труда и управления;

СП 4. Знать теоретические основы менеджмента;

СП 5. Знать стили руководства и управления организацией;

СП 6. Уметь осуществлять управленческую деятельность в организации;

СП 7. Знать информационные системы и цифровые технологии, используемые в маркетинге;

СП 8. Знать методические и иные материалы по вопросам маркетинга;

СП 9. Знать сущность исследовательской деятельности на основе сбора и непрерывной обработки информации обо всех аспектах ситуации на рынке с учетом научного подхода;

СП 10. Уметь организовывать маркетинговые исследования, анализировать, собирать и обрабатывать маркетинговую информацию;

СП 11. Знать сущность маркетинговых коммуникаций;

- СП 12. Знать основные средства маркетинговых коммуникаций;
- СП 13. Уметь разрабатывать коммуникационную политику организации;
- СП 14. Уметь определять и применять эффективные способы стимулирования продаж;
- СП 15. Знать основы логистики, ее основные функции и понятия, методы решения логистических задач;
- СП 16. Уметь оценивать экономическую эффективность принимаемых логистических решений;
- СП 17. Знать сущность и принципы управления маркетингом;
- СП 18. Уметь правильно оценить состояние маркетинговой деятельности организации;
- СП 19. Уметь разрабатывать программы маркетинга и условий их реализации;
- СП 20. Знать методы ведения маркетинга в глобальной компьютерной сети Интернет;
- СП 21. Знать сущность маркетинга инноваций;
- СП 22. Уметь создавать инновации в рекламе, бренде, продажах, ценообразовании;
- СП 23. Знать теоретические основы управления продажами;
- СП 24. Знать критерии отбора посредников и распределения товаров;
- СП 25. Уметь прогнозировать и планировать продажи;
- СП 26. Знать основные модели покупательского поведения потребителей;
- СП 27. Знать методику формирования концепции маркетинга в различных отраслях деятельности сферы услуг;
- СП 28. Уметь разработать комплексную стратегию маркетинга в сфере услуг;
- СП 29. Знать методы выбора зарубежного рынка;
- СП 30. Знать способы присутствия субъекта бизнеса на зарубежном рынке;
- СП 31. Уметь разрабатывать стратегию международного маркетинга;
- СП 32. Знать теоретические основы бренд-менеджмента;
- СП 33, СП 34. Определяются учреждением образования.
13. При разработке образовательной программы на основе настоящего образовательного стандарта БП и СП включаются в набор требуемых результатов освоения содержания образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование.

ГЛАВА 3

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

14. Трудоемкость образовательной программы составляет 1034 учебных часа, 40,5 зачетной единицы (кредитов) при выборе формы итоговой аттестации государственный экзамен, 43,5 зачетной единицы (кредитов) при выборе формы итоговой аттестации защита дипломной работы.

15. Устанавливаются следующие соотношения количества учебных часов аудиторных занятий и количества учебных часов самостоятельной работы слушателей:

в очной (дневной) форме получения образования – от 70:30 до 80:20;

в очной (вечерней) форме получения образования – от 60:40 до 70:30;

в заочной форме получения образования – от 50:50 до 60:40;

дистанционной форме получения образования – от 35:65 до 40:60.

В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, модулю, включается время, предусмотренное на подготовку к промежуточной и итоговой аттестации.

16. Продолжительность промежуточной аттестации в очной (дневной), заочной и дистанционной формах получения образования составляет 3 недели, в очной (вечерней) форме получения образования – 4 недели. Продолжительность итоговой аттестации –

0,5 недели для всех форм получения образования, трудоемкость итоговой аттестации – 1 зачетная единица (кредит).

Порядок проведения промежуточной и итоговой аттестации слушателей при освоении содержания образовательной программы определяется Правилами проведения аттестации слушателей, стажеров при освоении содержания образовательных программ дополнительного образования взрослых, утвержденными постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 5 октября 2022 г. № 367.

17. Примерный учебный план по специальности переподготовки разрабатывается в качестве примера реализации образовательных стандартов переподготовки, по форме (макету) согласно приложению 1 к постановлению Министерства образования Республики Беларусь от 23 декабря 2022 г. № 485 «О вопросах реализации образовательных программ дополнительного образования взрослых».

В примерном учебном плане по специальности переподготовки предусмотрены следующие компоненты:

- государственный компонент;
- компонент учреждения образования.

Трудоемкость государственного компонента составляет 72 учебных часа, 2 зачетные единицы (кредита).

Государственный компонент в структуре примерного учебного плана по специальности переподготовки составляет 7 процентов, компонент учреждения образования 93 процента, соотношение государственного компонента и компонента учреждения образования 7:93.

На компонент учреждения образования отводится 962 учебных часа, трудоемкость составляет 37,5 зачетной единицы (кредитов).

18. Устанавливаются следующие требования к содержанию учебных дисциплин, модулей по специальности переподготовки в рамках:

18.1. государственного компонента:

Идеология белорусского государства

Государство как основной политический институт. Понятие государственности. Белорусская государственность: истоки и формы. Этапы становления и развития белорусской государственности. Историческая преемственность традиций государственности от ее истоков и до настоящего времени. Закономерности в реализации идеи белорусской государственности как в исторических, так и в национальных формах. Независимость и суверенитет. Нация и государство.

Основы государственного устройства Республики Беларусь. Конституция – Основной Закон Республики Беларусь. Президент Республики Беларусь. Всебелорусское народное собрание. Парламент. Правительство как высший орган исполнительной власти. Законодательная, исполнительная и судебная власти. Местное управление и самоуправление. Политические партии и общественные объединения. Государственные символы Республики Беларусь. Социально-экономическая модель современной Республики Беларусь.

Модуль «Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Правовые аспекты профессиональной деятельности

Правовая система Республики Беларусь. Классификация права. Основы конституционного права. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы трудового права. Трудовой договор. Материальная ответственность сторон трудового договора. Правовое регулирование рабочего времени и времени отдыха. Оплата труда. Трудовая дисциплина. Трудовые споры. Гражданско-правовой договор. Договор как основной способ осуществления хозяйственной деятельности. Информационное право. Правовое регулирование информационных отношений при создании и распространении информации. Основы финансового права. Основы уголовного права. Разрешение споров в административном и судебном порядке. Развитие государственной системы правовой информации Республики Беларусь. Специализированные интернет-ресурсы для правового обеспечения профессиональной деятельности. Основные акты

законодательства, регулирующие профессиональную деятельность специалиста, руководителя.

Основы управления интеллектуальной собственностью

Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. Классификация объектов интеллектуальной собственности. Общие положения о праве промышленной собственности. Правовая охрана изобретений, полезных моделей, промышленных образцов (патентное право). Средства индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ, услуг как объекты права промышленной собственности. Права на селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау). Патентная информация. Патентные исследования. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. Защита прав авторов и правообладателей. Разрешение споров в сфере интеллектуальной собственности. Государственное регулирование и управление в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности. Ответственность за нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности. Меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность в профессиональной деятельности специалиста, руководителя.

Противодействие коррупции и предупреждение коррупционных рисков в профессиональной деятельности

Правовые основы государственной политики в сфере борьбы с коррупцией. Общая характеристика коррупции в системе общественных отношений. Виды и формы коррупции. Причины и условия распространения коррупции, ее негативные социальные последствия. Общая характеристика механизма коррупционного поведения и его основных элементов. Субъекты правонарушений, создающих условия для коррупции, и коррупционных правонарушений. Коррупционные преступления. Основные задачи в сфере противодействия коррупции. Система мер предупредительного характера. Способы и критерии выявления коррупции. Формирование нравственного поведения личности. Коррупционные риски. Общественно опасные последствия коррупционных преступлений. Субъекты коррупционных правонарушений. Международное сотрудничество в сфере противодействия коррупции.

Охрана труда в профессиональной деятельности

Основные принципы и направления государственной политики в области охраны труда. Законодательство об охране труда. Организация государственного управления охраной труда, контроля (надзора) за соблюдением законодательства об охране труда. Ответственность за нарушение законодательства об охране труда. Основные понятия о системе управления охраной труда в организации. Структура системы управления охраной труда в организации. Обучение и проверка знаний по вопросам охраны труда. Условия труда и производственный травматизм. Анализ и учет несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Производственный микроклимат, освещение производственных помещений. Защита работающих от шума, вибрации, ультразвука и иных факторов. Требования электробезопасности. Первичные средства пожаротушения. Особенности охраны труда в профессиональной деятельности;

18.2. компонента учреждения образования:

Основы статистики

Предмет, метод, задачи и система показателей статистики. Методы статистического исследования. Государственное статистическое наблюдение. Выборочное наблюдение. Сводка и группировка статистических данных. Статистические показатели. Величины статистики. Основные характеристики статистических распределений. Индексы и их использование в экономических исследованиях. Статистическое изучение динамики явлений и взаимосвязи между ними. Ряды динамики. Корреляционная связь и ее статистическое изучение.

Экономика организации

Государственное регулирование экономики на микроуровне. Внешняя среда организации. Организация как субъект хозяйствования. Формы собственности и организационно-правовые формы организации. Экономические ресурсы организации. Трудовые ресурсы и оплата труда в организации. Производительность труда и ее влияние на экономику организации. Основные средства и эффективность их использования. Амортизация основных средств. Оборотные средства организации и эффективность их использования. Показатели использования оборотного капитала. Имущество организации. Товарооборот организации. Механизм управления товарными запасами организации. Издержки производства и себестоимость продукции. Классификация затрат по статьям расходов. Доходы, расходы и прибыль организации. Инвестиционная и инновационная деятельность организации. Влияние инвестиционной деятельности на экономику организации. Эффективность и конкурентоспособность деятельности организации. Финансы организации, их связь с инвестиционной деятельностью. Планирование экономической деятельности организации. Моделирование экономических процессов. Результативность экономической деятельности организации.

Менеджмент

Управление как вид деятельности. Организация как объект управления. Эволюция теории управления. Функции управления. Процессы коммуникации, влияние и принятие решений. Проектирование организации. Планирование в управлении. Организация как функция управления. Управление процессами, связанными с личностью. Мотивация. Деловая и организационная культура. Контроль в управлении. Основы стратегического управления. Управление функциями организации. Основы управления качеством. Реинжиниринг бизнес-процессов. Эффективность управления. Стили лидерства. Власть и ее типы.

Информационные технологии в маркетинге

Сущность структура и состав МИС. Информационное и техническое обеспечение автоматизированных информационных систем. Теория баз данных. Основные аналитические технологии в поддержке принятия решений в сфере маркетинга. Решение задач маркетинга в корпоративных информационных системах. Методы обработки данных маркетинговых исследований. Технологии определения статистических показателей при анализе маркетинговой информации. Модели прогнозирования в анализе маркетинговых процессов. Информационно-коммуникационные технологии. Программные продукты в маркетинге. Геомаркетинговые информационные системы. Управление комплексом маркетинга на основе концепции Customer Relationship Management. Моделирование маркетинговой деятельности организации.

Теоретические основы маркетинга

Сущность маркетинга. Роль маркетинга в формировании конкурентных преимуществ организации. Субъекты и виды маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные концепции маркетинговой деятельности. Сущность маркетинга взаимоотношений. Эволюция маркетинга взаимоотношений. Понятие и значение внутреннего маркетинга. Разработка стратегии маркетинга взаимоотношений. Функции маркетинга. Рынок и рыночные исследования в маркетинге. Конъюнктура рынка. Показатели рынка. Понятие маркетинговой среды. Микросреда маркетинга, характеристика составляющих. Макросреда маркетинга, характеристика составляющих. Маркетинговая среда в Республике Беларусь. Сегментация рынка. Характеристики сегмента. Стратегии сегментации. Основные признаки сегментации рынка потребительских товаров и товаров производственного назначения. Выбор целевого рынка. Позиционирование товара на рынке: сущность, необходимость. Задачи и правила позиционирования. Этапы позиционирования. Карты восприятия: правила построения. Причины перепозиционирования товара, марки, организации. Товар в маркетинге. Рыночная атрибутика товаров: товарный знак, маркировка, упаковка. Понятие и показатели качества товара. Сущность конкурентоспособности товара. Факторы конкурентоспособности. Новый товар. Создание нового товара. Сущность и задачи

ассортиментной политики организации. Понятие «цены» в маркетинге. Ценовая политика. Основные задачи ценовой политики и механизм ее реализации. Этапы установления цены. Выбор ценовой стратегии организации. Методы ценообразования. Продажи в маркетинге. Каналы распределения и их структура. Уровень канала распределения. Прямые каналы распределения. Основные факторы, определяющие выбор прямых каналов распределения. Формы прямых продаж. Косвенные каналы распределения. Основные посредники и их функции. Маркетинговые коммуникации. Основные инструменты коммуникаций. Реклама. Стимулирование продаж. Личные продажи. Связи с общественностью. Коммуникации в прямом маркетинге. Сервис в маркетинге.

Маркетинговые исследования

Организация и содержание маркетинговых исследований. Понятие маркетинговых исследований. Определение проблемы и формулирование целей маркетингового исследования. Цели, задачи и методология маркетинговых исследований. Объект и предмет исследования. Выбор типа и разработка плана маркетингового исследования. План маркетингового исследования. Методика маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях. Качественные способы сбора маркетинговой информации. Методы маркетинговых исследований. Выборочные методы маркетинговых исследований. Опрос и наблюдение как количественные способы сбора маркетинговой информации. Эксперименты в маркетинге. Виды моделей эксперимента. Полевые работы. Статистический анализ. Подготовительные этапы статистического анализа. Описательный анализ. Базовые методы анализа маркетинговой информации. Дисперсионный и ковариационный анализ. Условия применения ковариационного анализа. Корреляционно-регрессионный анализ. Уравнение регрессии. Факторный анализ. Алгоритмы факторного анализа. Кластерный анализ. Иерархические методы кластеризации. Дискриминантный анализ. Дискриминантные переменные. Многомерное шкалирование. Совместный анализ. Выбор атрибутов. Подготовка отчета о результатах маркетингового исследования. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.

Маркетинговые коммуникации

Сущность политики продвижения. Основные средства маркетинговых коммуникаций: реклама, прямой маркетинг, связи с общественностью, стимулирование продаж. Реклама: понятие, виды, средства, носители. Организация рекламной деятельности. Оценка эффективности рекламной кампании. Прямой маркетинг. Личные продажи и область их применения. Связи с общественностью «Public Relations» (далее – PR), их понятие, задачи и роль в формировании общественного мнения о товаре, изготовителе, продавце и стране. Методы PR. Преимущества и недостатки PR. Подготовка и проведение PR-кампании. Стимулирование продаж. Методы стимулирования потребителей, торговых посредников, торгового персонала организации. Синтетические средства маркетинговых коммуникаций: брендинг; спонсорство; участие в выставках и ярмарках. Фирменный стиль как инструмент формирования бренда. Элементы фирменного стиля. Товарный знак (торговая марка): понятие и роль в продвижении товаров. Основные носители элементов фирменного стиля. Выставки, их виды и функции. Основные этапы подготовки и участия организации в работе ярмарок и выставок. Способы участия. Подведение итогов участия в ярмарке или выставке. Разработка стратегии маркетинговых коммуникаций. Эффективность маркетинговых коммуникаций.

Стратегический маркетинг

Развитие стратегического маркетинга и его понятие. Стратегический маркетинг в системе стратегического управления. Организация стратегического маркетинга в организации. Анализ маркетинговых возможностей организации. Внешний маркетинговый аудит. Характеристика факторов макросреды. Методы оценки внешней среды. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Определение конкурентных позиций организации. Конкурентные стратегии. Формирование маркетинговой стратегии для целевых рынков. Матричные методы в анализе бизнеспортфеля организации. Формирование стратегии роста организации с использованием матрицы «товар – рынок». Стратегические цели и задачи на различных

стадиях жизненного цикла товара. Стратегические решения в области сбытовой, ценовой, коммуникационной политики.

Логистика

Сущность и методология логистики. Виды логистических потоков. Парадигмы, концепции и принципы логистики. Стратегическое планирование в логистике и стратегия логистического аутсорсинга. Интеграция логистики и маркетинга. Понятие логистической стратегии. Логистические операции и функции. Логистическая система и ее элементы. Логистическая стратегия. Цепь поставок. Особенности международных цепей поставок. Управление цепью поставок. Информационная логистика. Функциональный комплекс логистики. Закупочная логистика. Логистика запасов. Системы управления запасами. Логистика складирования. Выбор системы складирования. Логистика транспортного обслуживания товародвижения. Производственная логистика. Распределительная логистика. Сервис в логистике.

Управление маркетингом

Сущность управления маркетингом. Функции управления маркетингом: анализ, планирование, организация, стимулирование, контроль маркетинговых мероприятий. Функциональный уровень управления маркетингом. Планирование маркетинга: содержание, этапы. Организация маркетинга. Структура управления маркетингом. Функциональная, товарная, региональная и матричная структуры управления маркетингом. Преимущества и недостатки этих структур. Маркетинговый контроль. Процесс контроля. Виды контроля. Управление маркетингом на инструментальном уровне. Управление жизненным циклом товара. Управление ценой. Управление маркетинговыми коммуникациями.

Интернет-маркетинг

Возможности использования глобальной компьютерной сети Интернет для маркетинговых целей. Теоретические основы интернет-маркетинга. Мировые тенденции развития интернет-маркетинга и особенности его развития в русскоязычной части глобальной компьютерной сети Интернет. Методы ведения маркетинга в глобальной компьютерной сети Интернет. Сайт как инструмент маркетинга. Принципы построения сайта и его возможности. Управление разработкой сайта. Составление и разработка контента сайта. Электронная почта как инструмент маркетинга. Эффективность e-mail-маркетинга. Проведение маркетинговых исследований в глобальной компьютерной сети Интернет. Реклама в глобальной компьютерной сети Интернет. Маркетинговые коммуникации в глобальной компьютерной сети Интернет. Методы стимулирования продаж в глобальной компьютерной сети Интернет и личная продажа в сети. Связи с общественностью в глобальной компьютерной сети Интернет. Глобальная компьютерная сеть Интернет как канал продвижения товара на рынок.

Маркетинг инноваций

Сущность маркетинга инноваций. Инновационные маркетинговые стратегии: стратегия создания инновационного продукта, стратегия инноваций в методах маркетинга. Маркетинговые технологии поиска инновационных идей. Процесс разработки новой продукции. Концепция нового продукта. Критерии оценки привлекательности нового продукта. Позиционирование инновационного продукта. Формирование цен на инновационный продукт. Продвижение нового продукта на рынок. Маркетинговые инновации в отдельных инструментах комплекса маркетинга. Инновации в продажах. Инновации в рекламе. Инновации в бренде. Инновации в ценообразовании.

Управление продажами

Теоретические основы управления продажами. Содержание процесса управления продажами. Каналы распределения потребительских товаров. Стратегии распределения. Выбор канала распределения. Критерии и методы оценки привлекательности каналов распределения. Эффективность торговых отношений. Типы взаимосвязей поставщика и посредника. Критерии и стадии отбора посредников. Управление отношениями между участниками каналов распределения. Управление программами поддержки продаж. Программы стимулирования посредников. Эволюция каналов распределения. Влияние

информационно-коммуникационных технологий на развитие каналов распределения: интернет-магазин, мобильные продажи.

Поведение потребителей

Поведение потребителей и маркетинг. Модель процесса принятия решения потребителем. Типы процесса принятия решения. Характеристика компенсационных и некомпенсационных правил решения потребителя. Влияние среды на потребителя. Характеристика ресурсов потребителя. Сущность, подходы и виды обучения потребителя. Информирование и обработка информации потребителем. Влияние рекламы на поведение потребителей. Социальные и личные ценности потребителей. Характеристика поведения промышленных потребителей. Методы изучения покупательского поведения.

Маркетинг услуг

Теоретические аспекты сферы услуг. Маркетинг в коммерческой системе услуг. Принципы, подходы и методы исследования сферы коммерческих услуг. Концепция управления маркетингом коммерческих услуг. Классификация услуг. Особенности маркетинга в сфере услуг. Аутсорсинг – стратегия коммерческого успеха. Классификационные признаки и принципы аутсорсинга. Организационный механизм аутсорсинга. Социальная ориентация и экономическое обоснование бизнес-проекта на услугу аутсорсинга. Услуги в сфере торговли. Классификационные признаки услуг ритейлинга. Потребительская ценность услуги розничной торговли. Услуги мерчандайзинга. Услуги информационных технологий. Содержание и развитие IT-услуг. Особенности мирового рынка и инфраструктурная обеспеченность информационных услуг. Маркетинговые технологии управления сферой информационных услуг. Организационные формы управления в сфере инновационных услуг. Механизм управленческих решений по продвижению корпоративных услуг интеллектуального продукта. Концепция маркетинга инновационных услуг. Услуги интеллектуальной собственности. Услуги масс-медиа. Содержание масс-медиа. Организация услуг рекламных агентств. Планирование масс-медиа. Рынок PR-услуг. Услуги сервиса и туризма. Теоретические основы организации маркетинга в индустрии туризма и сервиса. Виды туристских и сервисных услуг. Формирование фирменного стиля туроператора. Провайдерские услуги. Услуги логистических провайдеров. Услуги интернет-провайдеров.

Международный маркетинг

Понятие международного маркетинга. Изучение возможностей организации. Процедура оценки и выбор рынка в международном маркетинге. Межстрановые сравнения дохода на капитал. Способы присутствия организации на зарубежном рынке. Факторы, влияющие на выбор стратегии проникновения. Организационные формы международной деятельности. Специфика товарной стратегии. Ценность бренда. Международный жизненный цикл товара. Распределительная политика. Влияние интернета на стратегии распределения. Основные и обеспечивающие международные коммерческие операции. Операции международного обмена товаров. Специфика коммуникационной политики. Ценовая политика в международном маркетинге, определение оптимальной цены в данной стране. Процедура формирования экспортной цены. Структура международного ценообразования.

Бренд-менеджмент

Бренд-менеджмент в системе управления организацией. Сущность и направления бренд-менеджмента. Бренд-менеджмент как управленческая функция. Теория и практика управления брендами. Корпоративный бренд-менеджмент. Процесс управления брендами. Брендинг: понятие, этапы развития, цели. Основные понятия бренда и брендинга. Соотношение понятий бренд-торговая марка-товарный знак. Механизм превращения торговой марки в бренд. Сущность брендинга и его отличительные особенности на разных рынках. Многоаспектный подход к определению понятия «брендинг». Управление брендингом. Идентичность и имидж бренда. Внешний и внутренний брендинг. Уровни управления. Модель брендинга Д. Аакера. Стратегический анализ бренда. Анализ рыночной ситуации. Исследование потребителей, их мотивов и поведения, сегментация

рынка. Анализ брендов конкурентов и самой компании. Управление портфелями брендов. Архитектура бренда и марочный портфель. Сущность архитектуры бренда и ее роль в формировании марочного портфеля. Марочный портфель и роли бренда в нем. Эксклюзивные и вспомогательные роли. Роли брендов в товарном предложении. Иерархия брендов. Графическое представление архитектуры брендов. Продвижение бренда. Оценка эффективности мероприятий брендинга. Корпоративный бренд-менеджмент. Правовые аспекты бренд-менеджмента.

19. Настоящим образовательным стандартом стажировка не предусмотрена.

ГЛАВА 4

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСНОВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ, ФОРМАМ И СРОКАМ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

20. К приему (зачислению) по специальности переподготовки с присвоением квалификации «Маркетолог» допускаются лица, имеющие высшее образование, а также студенты, курсанты, слушатели последних двух курсов, получающие в очной форме первое общее высшее образование или специальное высшее образование, по специальностям, указанным в приложении 1 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 1 сентября 2022 г. № 574 «О вопросах организации образовательного процесса».

21. Для получения дополнительного образования взрослых по специальности переподготовки предусматриваются очная (дневная), очная (вечерняя), заочная и дистанционная формы получения образования.

22. При освоении содержания образовательной программы устанавливаются следующие сроки получения образования:

- 8 месяцев в очной (дневной) форме получения образования;
- 10 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования;
- 12 месяцев в дистанционной форме получения образования;
- 18 месяцев в заочной форме получения образования.

ГЛАВА 5

ТРЕБОВАНИЯ К МАКСИМАЛЬНОМУ ОБЪЕМУ УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ СЛУШАТЕЛЕЙ, ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА И ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

23. Максимальный объем учебной нагрузки слушателей не должен превышать:

12 учебных часов в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования, если совмещаются в этот день аудиторские занятия и самостоятельная работа слушателей;

10 учебных часов аудиторных занятий в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

10 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (дневной) форме получения образования, без совмещения с аудиторными занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторных занятий в день в очной (вечерней) форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

6 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (вечерней) или заочной форме получения образования без совмещения с аудиторными занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторных занятий, самостоятельной работы или совмещения аудиторной и самостоятельной работы в день в дистанционной форме получения образования.

24. Формой итоговой аттестации является государственный экзамен по учебным дисциплинам, модулям «Маркетинговые исследования» и «Маркетинговые коммуникации» или защита дипломной работы, трудоемкость которой составляет 1 зачетную единицу (кредит).

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
28.08.2023 № 285

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РУКОВОДЯЩИХ
РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ**
(ОСРБ 9-09-0412-11)

ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ,
ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Специальность: 9-09-0412-11 Международный маркетинг

Квалификация: Маркетолог

ПЕРАПАДРЫХОЎКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ І СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ
ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ

Спецыяльнасць: 9-09-0412-11 Міжнародны маркетынг

Кваліфікацыя: Маркеталаг

RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS HAVING HIGHER EDUCATION

Speciality: 9-09-0412-11 International marketing

Qualification: Marketing specialist

ГЛАВА 1
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящий образовательный стандарт разрабатывается по специальности 9-09-0412-11 «Международный маркетинг» с присвоением квалификации «Маркетолог».

2. Настоящий образовательный стандарт может использоваться нанимателями при решении вопросов трудоустройства специалистов, предъявляющих дипломы о переподготовке на уровне высшего образования установленного образца.

3. В соответствии с Общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации» специальность 9-09-0412-11 «Международный маркетинг» (далее – специальность переподготовки) относится к профилю образования 04 «Бизнес, управление и право», направлению образования 041 «Бизнес и управление», к группе специальностей 0412 «Менеджмент, логистика, маркетинг и реклама».

4. В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на следующие акты законодательства:

Кодекс Республики Беларусь об образовании;

Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации».

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

внешний рынок – совокупность зарубежных рынков по отношению к рынку Республики Беларусь;

канал распределения – совокупность юридических или физических лиц, которые принимают на себя или помогают передать другому лицу право собственности на конкретный товар (услугу) на пути от производителя к потребителю;

маркетинг – вид деятельности, направленной на организацию производства, продажи и продвижение товаров (услуг), ориентированные на максимально полное удовлетворение быстро меняющихся разнообразных потребностей конкретных групп покупателей и достижение на этой основе конкурентных преимуществ, способствующих устойчивому получению прибыли;

маркетинговые исследования – сбор, обработка, и анализ данных с целью уменьшения неопределенности, сопутствующей принятию маркетинговых решений;

«Маркетолог» (в рамках специальности переподготовки) – квалификация специалиста с высшим образованием, занимающегося изучением рыночного спроса и предложения на товары и услуги, организацией продаж продукции на внешних рынках, как единым комплексным процессом;

международный маркетинг – вид деятельности, направленной на формирование потребностей потребителей товаров (работ, услуг) и организацию продаж, ориентированную на максимально полное удовлетворение быстро меняющихся разнообразных потребностей конкретных групп покупателей на внешних рынках и достижение на этой основе конкурентных преимуществ, способствующих устойчивому получению прибыли.

ГЛАВА 2

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6. Видами профессиональной деятельности специалиста являются:

организационно-управленческая;

маркетинговая;

внешнеэкономическая;

аналитическая;

сбытовая;

производственно-хозяйственная.

7. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

организации;

маркетинговые подразделения организаций;

специалисты организаций;

затраты (материальные, финансовые, иные);

результаты деятельности (производство товаров, финансовые показатели, материальные ресурсы, иные);

рынки (рынки товаров, рынки услуг, рынки сбыта, иные);

потоки (финансовые, информационные, логистические, товарные, иные);

процессы (производственные, организационные);

информация.

8. Функциями профессиональной деятельности специалиста являются:

разработка маркетинговой политики на внешнем рынке;

разработка мероприятий по увеличению производства продукции (товаров) и оказанию услуг, которые находят наибольший спрос и рынок сбыта за рубежом;

исследования в области организации и управления производственно-хозяйственной, коммерческой и сбытовой деятельностью на внешнем рынке;

разработка стратегии международного маркетинга организации;

планирование международной маркетинговой деятельности организации;

выполнение расчетов по формированию и применению отпускных цен и тарифов;

проведение маркетингового обоснования создания нового продукта (работ, услуг) в организации;

экономический анализ международной маркетинговой деятельности организации;
осуществление организации и реализации маркетингово-коммуникационной деятельности на внешнем рынке;

планирование маркетингово-коммуникационной деятельности на внешнем рынке;
проведение работы по внедрению инноваций в маркетинговую деятельность на внешнем рынке.

9. Задачами, решаемыми специалистом при выполнении функций профессиональной деятельности, являются:

проведение исследований в области организации и управления производственно-хозяйственной, коммерческой и сбытовой деятельностью организации, ориентированных на удовлетворение потребностей реальных и потенциальных потребителей рынка;

определение предмета исследования и разработка рабочих планов и программ проведения отдельных этапов исследовательских работ;

анализ показателей производственно-сбытовой деятельности субъектов хозяйствования для определения эффективности их деятельности по каждому из направлений производства и сбыта, выявления целесообразности изменения или сохранения стратегии по этим направлениям;

исследование спроса как определения сегментов рынка через группы критериев сегментации в целях обеспечения рыночного успеха субъекта хозяйствования: географических, национальных, половозрастных, профессиональных, экономических, имущественных и приверженности к товару организации;

оценка сильных и слабых сторон деятельности конкурентов по различным критериям, в целях определения возможных вариантов рыночной доли;

изучение общей конъюнктуры отрасли с точки зрения перспектив ее развития и в целях выявления разрыва между спросом и предложением, то есть нахождение пробелов в использовании, реализации, ассортименте продукции в деятельности конкурентов;

анализ системы сбыта продукции в целях выявления возможностей и эффективности сбыта через альтернативные каналы: собственную сбытовую сеть, агентов по сбыту, посредством торгов и иное;

прогнозирование экономической ситуации, которая может повлиять на условия сбыта на данном рынке;

анализ действующих и новых технологий для определения цикла жизни наиболее важных технологических новшеств в смежных отраслях в сравнении с циклом существующих технологических разработок в отрасли и прогнозирование возможного влияния нововведений на рынок сбыта продукции;

анализ организационной структуры организации: исследования по структуре кадров и их стимулированию, структуре управления, действующей системе планирования, стилю работы в целях определения степени соответствия организационной структуры стратегическим задачам организации и возможности ее перестройки в нужных направлениях;

анализ финансовых аспектов деятельности организации для определения способности финансировать существующие и перспективные направления ее деятельности;

исследование структуры издержек в сравнении со структурой издержек конкурентов для определения абсолютной и относительной прибыльности (убыточности) операций на рынке сбыта и возможности экономических затрат на производство и сбыт;

анализ внешнеэкономической деятельности организации, разработка предложений и мероприятий по развитию прогрессивных форм внешнеэкономических связей, научно-технического и экономического сотрудничества с зарубежными странами;

осуществление сбора, обработки, анализа и систематизации научно-технической и экономической информации по проблемам маркетинговых исследований;

подготовка информационных обзоров экономических, научно-технических публикаций по исследуемым проблемам в области маркетинга;

формирование маркетинговой информационной системы (далее – МИС) как части постоянно действующего интегрированного процесса отслеживания и хранения данных для анализа в будущем;

конкретизация и удовлетворение с помощью МИС общих потребностей службы маркетинга в той или иной информации;

организация накопления и хранения информации, собранной через маркетинговые исследования.

10. Переподготовка специалиста должна обеспечивать формирование следующих групп компетенций: базовых профессиональных и специализированных.

11. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими базовыми профессиональными компетенциями (далее – БП):

БП 1. Знать основы регулирования правовой, политической и экономической системы государства, порядок формирования и функционирования государственных органов;

БП 2. Уметь толковать и применять акты законодательства в сфере профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с ними;

БП 3. Знать порядок, процедуры оформления, регистрации и реализации прав на объекты интеллектуальной собственности;

БП 4. Уметь комплексно использовать инструменты защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности, применять механизмы правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности;

БП 5. Знать и уметь применять на практике механизмы противодействия коррупции;

БП 6. Уметь квалифицировать общественно опасное поведение, подпадающее под признаки коррупционных правонарушений, содействовать пресечению проявлений коррупции;

БП 7. Знать и соблюдать требования по охране труда в пределах выполнения должностных обязанностей.

12. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими специализированными компетенциями (далее – СП):

СП 1. Знать правила служебного этикета;

СП 2. Уметь формировать имидж делового человека;

СП 3. Знать технологии формирования ценовой политики на внешнем рынке и уметь применять их на практике;

СП 4. Уметь применять в профессиональной деятельности стратегию и тактику ценовой политики;

СП 5. Знать основы национальной экономики и уметь анализировать критерии и показатели ее развития;

СП 6. Знать специфику устной и письменной речи в сфере профессионального общения;

СП 7. Уметь осуществлять профессиональную деятельность в лингвистическом, социолингвистическом, информационно-аналитическом и коммуникативном аспектах;

СП 8. Знать и уметь использовать иностранный язык при исследовании внешних рынков, установлении и поддержании международных коммерческих контактов, разработке коммерческих и инвестиционных предложений;

СП 9. Знать теоретические основы менеджмента;

СП 10. Знать стили руководства и управления организацией;

СП 11. Уметь осуществлять управленческую деятельность в организации;

СП 12. Знать сущность исследовательской деятельности на основе сбора и непрерывной обработки информации обо всех аспектах ситуации на рынке с учетом научного подхода;

СП 13. Уметь организовывать маркетинговые исследования, анализировать, собирать и обрабатывать маркетинговую информацию;

СП 14. Знать теоретические основы международной экономики;

СП 15. Знать критерии определения состояния международной экономики;

- СП 16. Уметь анализировать количественные и качественные характеристики международной экономики;
- СП 17. Знать современные формы международной торговли;
- СП 18. Знать особенности механизма осуществления международной торговли;
- СП 19. Уметь осуществлять внешнеторговую деятельность;
- СП 20. Знать концепции международного маркетинга;
- СП 21. Уметь анализировать зарубежный рынок и внешнюю среду маркетинга;
- СП 22. Знать сущность организации продаж продукции на внешнем рынке и уметь ее осуществлять;
- СП 23. Знать сущность маркетинговых коммуникаций на внешнем рынке;
- СП 24. Уметь разрабатывать коммуникационную политику организации на внешнем рынке;
- СП 25. Знать методические и иные материалы по вопросам маркетинга;
- СП 26. Знать методы ведения маркетинга в глобальной компьютерной сети Интернет;
- СП 27. Знать теоретические основы формирования товарной политики на внешних рынках;
- СП 28. Уметь использовать товарные стратегии на внешнем рынке;
- СП 29. Знать методы воздействия на принятие покупательских решений потребителями на внешнем рынке;
- СП 30. Уметь моделировать поведение потребителей на внешнем рынке;
- СП 31, СП 32. Определяются учреждением образования.
13. При разработке образовательной программы на основе настоящего образовательного стандарта БП и СП включаются в набор требуемых результатов освоения содержания образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование.

ГЛАВА 3

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

14. Трудоемкость образовательной программы составляет 1074 учебных часа, 43 зачетных единицы (кредита) при выборе формы итоговой аттестации государственной экзамен, 46 зачетных единиц (кредитов) при выборе формы итоговой аттестации – дипломная работа.

15. Устанавливаются следующие соотношения количества учебных часов аудиторных занятий и количества учебных часов самостоятельной работы слушателей:

в очной (дневной) форме получения образования – от 70:30 до 80:20;

в очной (вечерней) форме получения образования – от 60:40 до 70:30;

в заочной форме получения образования – от 50:50 до 60:40;

дистанционной форме получения образования – от 35:65 до 40:60.

В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, модулю, включается время, предусмотренное на подготовку к промежуточной и итоговой аттестации.

16. Продолжительность промежуточной аттестации в очной (дневной), заочной и дистанционной формах получения образования составляет 3 недели, в очной (вечерней) форме получения образования – 4 недели. Продолжительность дипломного проектирования – 8 недель для всех форм получения образования. Продолжительность итоговой аттестации – 0,5 недели для всех форм получения образования, трудоемкость итоговой аттестации – 1 зачетная единица (кредит).

Порядок проведения промежуточной и итоговой аттестации слушателей при освоении содержания образовательной программы определяется Правилами проведения аттестации слушателей, стажеров при освоении содержания образовательных программ

дополнительного образования взрослых, утвержденными постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 5 октября 2022 г. № 367.

17. Примерный учебный план по специальности переподготовки разрабатывается в качестве примера реализации образовательных стандартов переподготовки, по форме (макету) согласно приложению 1 к постановлению Министерства образования Республики Беларусь от 23 декабря 2022 г. № 485 «О вопросах реализации образовательных программ дополнительного образования взрослых».

В примерном учебном плане по специальности переподготовки предусмотрены следующие компоненты:

государственный компонент;

компонент учреждения образования.

Трудоемкость государственного компонента составляет 72 учебных часов, 2 зачетные единицы (кредита).

Государственный компонент в структуре примерного учебного плана по специальности переподготовки составляет 6,7 процента, компонент учреждения образования 93,3 процента, соотношение государственного компонента и компонента учреждения образования 6,7: 93,3.

На компонент учреждения образования отводится 1002 учебных часа, трудоемкость составляет 40 зачетных единиц (кредитов).

18. Устанавливаются следующие требования к содержанию учебных дисциплин, модулей по специальности переподготовки в рамках:

18.1. государственного компонента:

Идеология белорусского государства

Государство как основной политический институт. Понятие государственности. Белорусская государственность: истоки и формы. Этапы становления и развития белорусской государственности. Историческая преемственность традиций государственности от ее истоков и до настоящего времени. Закономерности в реализации идеи белорусской государственности как в исторических, так и в национальных формах. Независимость и суверенитет. Нация и государство.

Основы государственного устройства Республики Беларусь. Конституция – Основной Закон Республики Беларусь. Президент Республики Беларусь. Всебелорусское народное собрание. Парламент. Правительство как высший орган исполнительной власти. Законодательная, исполнительная и судебная власти. Местное управление и самоуправление. Политические партии и общественные объединения. Государственные символы Республики Беларусь. Социально-экономическая модель современной Республики Беларусь.

Модуль «Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Правовые аспекты профессиональной деятельности

Правовая система Республики Беларусь. Классификация права. Основы конституционного права. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы трудового права. Трудовой договор. Материальная ответственность сторон трудового договора. Правовое регулирование рабочего времени и времени отдыха. Оплата труда. Трудовая дисциплина. Трудовые споры. Гражданско-правовой договор. Договор как основной способ осуществления хозяйственной деятельности. Информационное право. Правовое регулирование информационных отношений при создании и распространении информации. Основы финансового права. Основы уголовного права. Разрешение споров в административном и судебном порядке. Развитие государственной системы правовой информации Республики Беларусь. Специализированные интернет-ресурсы для правового обеспечения профессиональной деятельности. Основные акты законодательства, регулирующие профессиональную деятельность специалиста, руководителя.

Основы управления интеллектуальной собственностью

Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. Классификация объектов интеллектуальной собственности. Общие положения о праве

промышленной собственности. Правовая охрана изобретений, полезных моделей, промышленных образцов (патентное право). Средства индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ, услуг как объекты права промышленной собственности. Права на селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау). Патентная информация. Патентные исследования. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. Защита прав авторов и правообладателей. Разрешение споров в сфере интеллектуальной собственности. Государственное регулирование и управление в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности. Ответственность за нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности. Меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность в профессиональной деятельности специалиста, руководителя.

Противодействие коррупции и предупреждение коррупционных рисков в профессиональной деятельности

Правовые основы государственной политики в сфере борьбы с коррупцией. Общая характеристика коррупции в системе общественных отношений. Виды и формы коррупции. Причины и условия распространения коррупции, ее негативные социальные последствия. Общая характеристика механизма коррупционного поведения и его основных элементов. Субъекты правонарушений, создающих условия для коррупции, и коррупционных правонарушений. Коррупционные преступления. Основные задачи в сфере противодействия коррупции. Система мер предупредительного характера. Способы и критерии выявления коррупции. Формирование нравственного поведения личности. Коррупционные риски. Общественно опасные последствия коррупционных преступлений. Субъекты коррупционных правонарушений. Международное сотрудничество в сфере противодействия коррупции.

Охрана труда в профессиональной деятельности

Основные принципы и направления государственной политики в области охраны труда. Законодательство об охране труда. Организация государственного управления охраной труда, контроля (надзора) за соблюдением законодательства об охране труда. Ответственность за нарушение законодательства об охране труда. Основные понятия о системе управления охраной труда в организации. Структура системы управления охраной труда в организации. Обучение и проверка знаний по вопросам охраны труда. Условия труда и производственный травматизм. Анализ и учет несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Производственный микроклимат, освещение производственных помещений. Защита работающих от шума, вибрации, ультразвука и иных факторов. Требования электробезопасности. Первичные средства пожаротушения. Особенности охраны труда в профессиональной деятельности;

18.2. компонента учреждения образования:

Этика и психология делового общения

Общение как психологическая и этическая проблема. Психология делового общения. Эффективные коммуникации. Нравственно-психологические аспекты переговорного процесса. Профилактика эмоционального выгорания в профессиональной деятельности. Служебный этикет. Имидж делового человека. Конфликты и конфликтные ситуации, способы их разрешения.

Ценовая политика на внешних рынках

Основные понятия ценовой политики на внешних рынках и ее роль как элемента маркетинговой стратегии организации. Факторы, определяющие политику цен в международном маркетинге. Стратегии и тактики политики цен. Понятия, виды, условия их применения. Издержки и ценовая политика на внешних рынках. Технология формирования ценовой политики в международном маркетинге.

Национальная экономика Беларуси

Научные основы национальной экономики. Основные макроэкономические показатели и пропорции. Модели национальной экономики. Экономический потенциал

Республики Беларусь. Хозяйственные комплексы национальной экономики. Рост национальной экономики в условиях глобализации. Национальная и экономическая безопасность страны. Формирование рыночной экономики в Республике Беларусь. Роль государства в регулировании национальной экономики. Реализация экономической политики государства. Национальная экономика в мировом пространстве.

Иностранный язык (профессиональная лексика)

Языковой материал (грамматика, лексика) и процесс совершенствования владения им в различных видах речевой деятельности. Специфика устной и письменной речи в сфере международного маркетинга. Лексико-грамматические особенности иноязычной речи. Типовые ситуации иноязычного общения в рамках заданной тематики. Аутентичные тексты различных жанрово-стилистических разновидностей. Функциональные типы диалогических высказываний: односторонний диалог-расспрос, двусторонний диалог-расспрос, диалог-обмен мнениями, диалог-волеизъявление, ритуальный диалог в ситуации социального контакта. Основные коммуникативные лексико-грамматические структуры. Роль контекста при переводе. Грамматические основы перевода. Передача грамматических явлений, не имеющих прямых соответствий в языке перевода. Лексические основы перевода. Вербальное и невербальное общение в межкультурной коммуникации. Передача и получение сообщения в бизнесе. Понятие профессиональной деловой коммуникации. Виды коммуникативной деятельности в рамках профессиональной тематики во внешнеэкономической деятельности. Межкультурная коммуникация. Ведение переговоров на иностранном языке. Структура, правила написания и применение клише при составлении контрактов, соглашений, договоров и деловых писем. Виды деловых писем, лексические и грамматические особенности их составления. Языковые особенности деловой письменной документации. Разработка продукта в маркетинговой деятельности на иностранном языке. Рекламная деятельность на иностранном языке. Создание общественного мнения в маркетинговой деятельности на иностранном языке.

Менеджмент

Управление как вид деятельности. Организация как объект управления. Эволюция теории управления. Функции управления. Процессы коммуникации, влияние и принятие решений. Проектирование организации. Планирование в управлении. Организация как функция управления. Управление процессами, связанными с личностью. Мотивация. Деловая и организационная культура. Контроль в управлении. Основы стратегического управления. Управление функциями организации. Основы управления качеством. Реинжиниринг бизнес-процессов. Эффективность управления. Стили лидерства. Власть и ее типы.

Маркетинговые исследования

Организация и содержание маркетинговых исследований. Понятие маркетинговых исследований. Определение проблемы и формулирование целей маркетингового исследования. Цели, задачи и методология маркетинговых исследований. Объект и предмет исследования. Выбор типа и разработка плана маркетингового исследования. План маркетингового исследования. Методика маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях. Качественные способы сбора маркетинговой информации. Методы маркетинговых исследований. Выборочные методы маркетинговых исследований. Опрос и наблюдение как количественные способы сбора маркетинговой информации. Эксперименты в маркетинге. Виды моделей эксперимента. Полевые работы. Статистический анализ. Подготовительные этапы статистического анализа. Описательный анализ. Базовые методы анализа маркетинговой информации. Дисперсионный и ковариационный анализ. Условия применения ковариационного анализа. Корреляционно-регрессионный анализ. Уравнение регрессии. Факторный анализ. Алгоритмы факторного анализа. Кластерный анализ. Иерархические методы кластеризации. Дискриминантный анализ. Дискриминантные переменные. Многомерное шкалирование. Совместный анализ. Выбор атрибутов. Подготовка отчета о результатах маркетингового исследования. Прогнозирование в маркетинговых исследованиях.

Международная экономика

Объективные основы формирования и функционирования международной экономики. Основные этапы и современные черты развития международной экономики. Функциональные связи международной экономики. Международные экономические операции. Теории международной торговли. Альтернативные теории международной экономики. Выигрыш от внешней торговли и распределение доходов. Условия торговли. Внешнеторговая политика: тарифные методы регулирования международной торговли. Зона свободной торговли и Таможенный союз. Внешнеторговая политика: нетарифные методы регулирования международной торговли. Экономические санкции и торговое эмбарго. Международное движение капитала. Экономические последствия международного движения капитала. Международная миграция рабочей силы. Государственное регулирование миграционных потоков. Международная передача технологий. Государственное регулирование передачи технологий. Международная экономическая интеграция. Типы интеграционных объединений. Валютный курс. Факторы, влияющие на формирование валютного курса. Валютный рынок. Факторы, влияющие на формирование валютного рынка. Валютная политика. Спрос и предложение валюты. Международные финансовые рынки. Структура кредитного рынка. Платежный баланс. Модель малой открытой экономики.

Современные формы и методы международной торговли

Международная торговля и валютно-финансовые отношения. Международная торговля на современном этапе: содержание, основные направления, тенденции развития, особенности организации. Особенности механизма осуществления международной торговли. Организационно-технические аспекты и их важность для эффективного осуществления международной торговли. Особенности правового режима международного торгового оборота. Основные этапы методики выбора зарубежного партнера. Принципы выбора организации-контрагента на зарубежных рынках. Порядок осуществления международной торговой сделки и содержание основных этапов. Упрощение процедур международной торговли и унификация международного документооборота. Методы осуществления международных коммерческих операций. Понятие торгово-посреднических операций. Организационные формы торговли на международных рынках. Товарная структура мирового рынка. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности. Статистический учет внешнеторговых операций, совершение таможенных операций. Особенности организации торговли основными товарными группами. Особенности международной встречной торговли. Особенности и специфика организации международной торговли услугами. Регулирование международной торговли услугами. Содержание, особенности и характерные черты международного технологического обмена.

Теория и практика международного маркетинга

Глобализация экономики и проблемы международного маркетинга. Современная концепция международного маркетинга. Особенности международной маркетинговой среды. Организация исследования зарубежных рынков. Проблемы осуществления международных маркетинговых исследований. Товар в системе международного маркетинга. Цена и ценовые стратегии в международном маркетинге. Товародвижение в системе международного маркетинга. Международные маркетинговые коммуникации. Выход компании на внешние рынки. Совместное предпринимательство в международном маркетинге. Иностранские инвестиции как форма выхода на внешние рынки. Стратегии конкурентной борьбы на внешних рынках. Сущность управления международным маркетингом. Функции управления международным маркетингом: анализ, планирование, организация, стимулирование, контроль маркетинговых мероприятий. Функциональный уровень управления международным маркетингом. Планирование международного маркетинга: содержание, этапы. Организация международного маркетинга. Структура управления международным маркетингом. Функциональная, товарная, региональная и матричная структуры управления международным маркетингом. Преимущества и недостатки этих структур. Маркетинговый контроль. Процесс контроля. Виды контроля.

Управление международным маркетингом на инструментальном уровне. Управление жизненным циклом товара. Управление ценой. Управление маркетинговыми коммуникациями.

Маркетинговые коммуникации на внешних рынках

Коммуникации, сущность и виды. Реклама и ее виды. Эффективность рекламы. Связи с общественностью. Прямой маркетинг. Стимулирование продаж. Выставки, их виды и функции. Корпоративные идентифицирующие маркетинговые коммуникации. Цели и задачи мерчандайзинга. Управление маркетинговыми коммуникациями. Регулирование маркетинговых коммуникаций.

Теоретические основы маркетинга

Сущность маркетинга. Роль маркетинга в формировании конкурентных преимуществ организации. Субъекты и виды маркетинга. Цели и задачи маркетинга. Основные концепции маркетинговой деятельности. Сущность маркетинга взаимоотношений. Эволюция маркетинга взаимоотношений. Понятие и значение внутреннего маркетинга. Разработка стратегии маркетинга взаимоотношений. Функции маркетинга. Рынок и рыночные исследования в маркетинге. Рыночная конъюнктура. Показатели рынка. Понятие маркетинговой среды. Микросреда маркетинга, характеристика составляющих. Макросреда маркетинга, характеристика составляющих. Маркетинговая среда в Республике Беларусь. Сегментация рынка. Характеристики сегмента. Стратегии сегментации. Основные признаки сегментации рынка потребительских товаров и товаров производственного назначения. Выбор целевого рынка. Позиционирование товара на рынке: сущность, необходимость. Задачи и правила позиционирования. Этапы позиционирования. Карты восприятия: правила построения. Причины репозиционирования товара, марки, организации. Товар в маркетинге. Рыночная атрибутика товаров: товарный знак, маркировка, упаковка. Понятие и показатели качества товара. Сущность конкурентоспособности товара. Факторы конкурентоспособности. Новый товар. Создание нового товара. Сущность и задачи ассортиментной политики. Понятие «цены» в маркетинге. Ценовая политика. Основные задачи ценовой политики и механизм ее реализации. Этапы установления цены. Выбор ценовой стратегии организации. Методы ценообразования. Сбыт в маркетинге. Функции сбыта. Сбытовые каналы. Понятие длины и ширины канала распределения. Уровень канала распределения. Прямые каналы распределения. Основные факторы, определяющие выбор прямых каналов распределения. Формы прямых продаж. Косвенные каналы распределения. Основные посредники и их функции. Маркетинговые коммуникации. Основные инструменты коммуникаций. Реклама. Стимулирование продаж. Личные продажи. Связи с общественностью. Коммуникации в прямом маркетинге. Сервис в маркетинге.

Интернет-маркетинг

Возможности использования глобальной компьютерной сети Интернет для маркетинговых целей. Теоретические основы интернет-маркетинга. Мировые тенденции развития интернет-маркетинга. Особенности развития интернет-маркетинга в русскоязычной части глобальной компьютерной сети Интернет. Методы и инструменты ведения маркетинга в глобальной компьютерной сети Интернет. Сайт как инструмент маркетинга. Принципы построения сайта и его возможности. Управление разработкой сайта. Составление и разработка контента сайта. Поисковая оптимизация и продвижение сайта. Электронная почта как инструмент маркетинга. Эффективность e-mail-маркетинга. Маркетинг в социальных медиа. Анализ конкурентов и продвижение в социальных медиа (сетях). Интернет-сервисы, используемые в маркетинге. Проведение маркетинговых исследований в глобальной компьютерной сети Интернет. Реклама в глобальной компьютерной сети Интернет. Маркетинговые коммуникации в глобальной компьютерной сети Интернет. Методы стимулирования сбыта в глобальной компьютерной сети Интернет и личная продажа в сети. Связи с общественностью в глобальной компьютерной сети Интернет. Глобальная компьютерная сеть Интернет как канал продвижения товара на рынок.

Товарная политика на внешних рынках

Специфика товарной политики на внешних рынках. Товарные стратегии на внешних рынках. Товар и его составляющие. Понятие экспортного товара. Экспортный товар и его конкурентоспособность на внешних рынках. Особенности жизненного цикла товара на внешних рынках. Инновационная политика на внешнем рынке. Понятие нового товара и модель его разработки. Позиционирование товара на внешних рынках. Разработка бренда для внешних рынков. Правовая охрана товарных знаков на внешних рынках. Товарная номенклатура и ассортимент товаров на внешних рынках.

Поведение потребителей на внешних рынках

Поведение потребителей на внешних рынках и международный маркетинг. Модель процесса принятия решения потребителем на внешних рынках. Типы процесса принятия решения потребителем на внешних рынках. Характеристика компенсационных и некомпенсационных правил решения потребителя на внешних рынках. Влияние среды на потребителя на внешних рынках. Характеристика ресурсов потребителя на внешних рынках. Сущность, подходы и виды обучения потребителя на внешних рынках. Информирование и обработка информации потребителем на внешних рынках. Влияние рекламы на поведение потребителей на внешних рынках. Социальные и личные ценности потребителей на внешних рынках. Характеристика поведения промышленных потребителей на внешних рынках. Методы изучения покупательского поведения. Этическая аргументация потребителей на внешних рынках: концепции утилитаризма, справедливости и честности, личных прав. Становление и развитие консьюмеризма. Институциональные механизмы защиты прав потребителей на внешних рынках.

19. Настоящим образовательным стандартом стажировка не предусмотрена.

ГЛАВА 4

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСНОВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ, ФОРМАМ И СРОКАМ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

20. К приему (зачислению) по специальности переподготовки с присвоением квалификации «Маркетолог» допускаются лица, имеющие высшее образование, а также студенты, курсанты, слушатели последних двух курсов, получающие в очной форме первое общее высшее образование или специальное высшее образование, по специальностям, указанным в приложении 1 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 1 сентября 2022 г. № 574 «О вопросах организации образовательного процесса».

21. Для получения дополнительного образования взрослых по специальности переподготовки предусматриваются очная (дневная), очная (вечерняя), заочная и дистанционная формы получения образования.

22. При освоении содержания образовательной программы устанавливаются следующие сроки получения образования:

9 месяцев в очной (дневной) форме получения образования;

11 месяцев в очной (дневной) форме получения образования при выборе формы итоговой аттестации дипломная работа;

11 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования;

13 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования при выборе формы итоговой аттестации дипломная работа;

14 месяцев в дистанционной форме получения образования;

16 месяцев в дистанционной форме получения образования при выборе формы итоговой аттестации дипломная работа;

20 месяцев в заочной форме получения образования;

22 месяцев в заочной форме получения образования при выборе формы итоговой аттестации дипломная работа.

ГЛАВА 5

ТРЕБОВАНИЯ К МАКСИМАЛЬНОМУ ОБЪЕМУ УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ СЛУШАТЕЛЕЙ, ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА И ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

23. Максимальный объем учебной нагрузки слушателей не должен превышать:
12 учебных часов в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования, если совмещаются в этот день аудиторские занятия и самостоятельная работа слушателей;

10 учебных часов аудиторских занятий в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

10 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (дневной) форме получения образования, без совмещения с аудиторскими занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторских занятий в день в очной (вечерней) форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

6 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (вечерней) или заочной форме получения образования без совмещения с аудиторскими занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторских занятий, самостоятельной работы или совмещения аудиторской и самостоятельной работы в день в дистанционной форме получения образования.

24. Формой итоговой аттестации является государственный экзамен по учебным дисциплинам, модулям «Современные формы и методы международной торговли» и «Теория и практика международного маркетинга» или защита дипломной работы, трудоемкость которой составляет 1 зачетную единицу (кредит).

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
28.08.2023 № 285

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ (ОСРБ 9-09-0412-12)

ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ,
ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Специальность: 9-09-0412-12 Логистика

Квалификация: Логист. Экономист

ПЕРАПАДРыхТОўКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ І СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ
ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ

Спецыяльнасць: 9-09-0412-12 Лагістыка

Кваліфікацыя: Лагіст. Эканаміст

RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS HAVING HIGHER EDUCATION

Speciality: 9-09-0412-12 Logistics

Qualification: Logistics specialist. Economist

ГЛАВА 1

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящий образовательный стандарт разрабатывается по специальности 9-09-0412-12 «Логистика» с присвоением квалификации «Логист. Экономист».

2. Настоящий образовательный стандарт может использоваться нанимателями при решении вопросов трудоустройства специалистов, предъявляющих дипломы о переподготовке на уровне высшего образования установленного образца.

3. В соответствии с Общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации» специальность 9-09-0412-12 «Логистика» (далее – специальность переподготовки) относится к профилю образования 04 «Бизнес, управление и право», направлению образования 041 «Бизнес и управление», к группе специальностей 0412 «Менеджмент, логистика, маркетинг и реклама».

4. В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на следующие акты законодательства:

Кодекс Республики Беларусь об образовании;

Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации».

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

закупочная логистика – комплексное и взаимосвязанное решение задач, связанных с управлением материальными, информационными, финансовыми и другими потоками в процессе снабжения организации материальными ресурсами;

издержки – затраты, связанные с производством продукции, ее транспортировкой, обращением и хранением товаров;

логистика – деятельность, направленная на организацию рационального процесса продвижения продукции, товаров (работ, услуг) от производителей к потребителям, функционирование сферы обращения продукции, товаров (работ, услуг), управление товарными запасами, создание инфраструктуры товародвижения;

логистика складирования – комплексное и взаимосвязанное решение задач, связанных с управлением материальными, информационными, финансовыми и другими потоками в процессе приема, размещения, хранения, переработки и отправки грузов;

распределительная логистика – комплексное и взаимосвязанное решение задач, связанных с управлением материальными, информационными, финансовыми и другими потоками в процессе продвижения (доведения) готовой продукции, товаров (работ, услуг) от производителей к потребителям;

«Логист. Экономист» (в рамках специальности переподготовки) – квалификация специалиста с высшим образованием, занимающегося организацией, управлением, контролем, регулированием, планированием и экономическим сопровождением логистической деятельности организации;

транспортная логистика – комплексное и взаимосвязанное решение задач, связанных с организацией перевозки (перемещения) грузов, пассажиров и багажа;

управление запасами – комплексное и взаимосвязанное решение задач, связанных с созданием и пополнением оптимальной величины объема материальной продукции, ожидающей вступления в процесс производственного или личного потребления, или в процесс продажи;

управление цепями поставки – управленческая концепция и организационная стратегия, заключающаяся в интегрированном подходе к планированию и управлению всем потоком информации о сырье, материалах, продуктах, услугах, возникающих и преобразующихся в логистических и производственных процессах организации, нацеленном на измеримый совокупный экономический эффект (снижение издержек, удовлетворение спроса на конечную продукцию);

фулфилмент – комплекс операций с момента оформления заказа покупателем и до момента получения им покупки.

ГЛАВА 2 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6. Видами профессиональной деятельности специалиста являются:
организационно-управленческая;
экономическая;
аналитическая;
организационная.
7. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:
организации;
структурные подразделения организаций;
специалисты организаций;
затраты (материальные, финансовые, иные);
результаты деятельности (финансовые показатели, материальные ресурсы, иные);
рынки (рынки товаров, рынки услуг, рынки сбыта, иные);
потоки (финансовые, информационные, логистические, товарные, иные);
процессы (производственные, организационные и иные);
документация организации в области логистики.
8. Функциями профессиональной деятельности специалиста являются:
осуществление работы по логистике;
осуществление работы по материально-техническому снабжению и закупкам;
участие в управлении производственными процессами;
участие в управлении запасами;
организация и осуществление складской деятельности;
управление транспортировкой товаров;
организация и осуществление таможенного оформления товаров;
управление рисками в логистике.
9. Задачами, решаемыми специалистом при выполнении функций профессиональной деятельности, являются:
составление логистических прогнозов и планов;
проведение работ по проектированию и внедрению логистических систем;
расчет затрат, разработка бюджета на логистику и обеспечение его соблюдения;
создание и внедрение логистических информационных систем;
разработка планов закупок;
осуществление поиска поставщиков;
проведение анализа условий договоров поставок и надежности поставок;
планирование производства продукции;
обеспечении качественного и своевременного производства продукции;
разработке и внедрении мер по сокращению производственного цикла и оптимизации затрат на производство;
проведении организационных мероприятий по сертификации и регистрации продукции;
анализ планов производства и отчетов по их выполнению;
планирование объемов запасов, необходимых для непрерывного производства с увязкой с затратной базой на хранение и обслуживание запасов;
координация работы по расчетам затрат на формирование и хранение запасов, расходов на приобретение, на эксплуатацию мест хранения (аренда, платежи за энергоснабжение и прочее), текущее обслуживание (хранение, инвентаризация, внутреннее перемещение), страхование;
оценка затрат и издержек на запасы;
определение типов, месторасположения и размера складов, необходимых для хранения материально-технических ресурсов и готовой продукции;

определение видов складского оборудования и расчеты его оптимального количества;

расчет затрат на складскую деятельность;

координация складского технологического процесса (поступление материально-технических ресурсов и продукции на склады, проведение погрузочно-разгрузочных операций, приемку-передачу ресурсов и продукции на склады, обеспечение необходимых режимов и условий их хранения на складах);

определение перевозчика грузов, исходя из наиболее эффективных схем работы организаций транспорта и наиболее оптимальных видов транспорта, транспортных тарифов, технико-эксплуатационных, экономических и стоимостных показателей перевозки;

определение методов и схем оптимизации транспортно-технологических схем доставки грузов;

обеспечение заключения договоров перевозки и транспортной экспедиции, транспортно-экспедиционное и иное обслуживание, связанное с транспортировкой грузов;

разработка планов перевозок;

выбор таможенных процедур;

составление и своевременное представление таможенных документов;

осуществление таможенного декларирования и предъявление таможенным органам декларируемых товаров;

обеспечение обязательного страхования гражданской ответственности перевозчика оборудования, товаров, сырья, материалов, грузов;

организация мероприятий по обеспечению сохранности грузов при транспортировке, продукции при хранении и внутреннем перемещении.

10. Переподготовка специалиста должна обеспечивать формирование следующих групп компетенций: базовых профессиональных и специализированных.

11. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими базовыми профессиональными компетенциями (далее – БП):

БП 1. Знать основы регулирования правовой, политической и экономической системы государства, порядок формирования и функционирования государственных органов;

БП 2. Уметь толковать и применять акты законодательства в сфере профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с ними;

БП 3. Знать порядок, процедуры оформления, регистрации и реализации прав на объекты интеллектуальной собственности;

БП 4. Уметь комплексно использовать инструменты защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности, применять механизмы правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности;

БП 5. Знать и уметь применять на практике механизмы противодействия коррупции;

БП 6. Уметь квалифицировать общественно опасное поведение, подпадающее под признаки коррупционных правонарушений, содействовать пресечению проявлений коррупции;

БП 7. Знать и соблюдать требования по охране труда в пределах выполнения должностных обязанностей.

12. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими специализированными компетенциями (далее – СП):

СП 1. Знать методы регулирования внешнеэкономической деятельности;

СП 2. Уметь проводить международные коммерческие операции;

СП 3. Знать основы национальной экономики и уметь анализировать критерии и показатели ее развития;

СП 4. Знать методы математического моделирования и формализации задач в логистике;

СП 5. Знать методы математического и логического анализа;

СП 6. Уметь разрабатывать алгоритмы в логистике;

СП 7. Уметь разрабатывать перспективные и годовые планы хозяйственно-финансовой и производственной деятельности организации;

СП 8. Уметь составлять планово-учетную документацию, разрабатывать нормативы материальных, трудовых и финансовых затрат;

СП 9. Знать рыночные методы хозяйствования;

СП 10. Знать теоретические основы менеджмента;

СП 11. Знать стили руководства и управления организацией;

СП 12. Уметь осуществлять управленческую деятельность в организации;

СП 13. Знать методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;

СП 14. Знать принципы прогнозирования в логистике и планирования логистики;

СП 15. Знать принципы проектирования и построения логистических систем, формирования логистических связей;

СП 16. Уметь принимать оптимальные логистические решения;

СП 17. Знать логистические информационные системы и их функции;

СП 18. Знать принципы распределения продукции;

СП 19. Уметь формировать рациональную структуру канала распределения;

СП 20. Знать приемы оптимизации транспортных потоков при международных перевозках;

СП 21. Уметь определять стратегические направления развития международных логистических систем;

СП 22. Знать экономику и организацию перевозок грузов на всех видах транспорта;

СП 23. Знать требования к оформлению транспортных (перевозочных) документов;

СП 24. Уметь рассчитывать затраты по транспортировке и провозную плату;

СП 25. Знать принципы организации складского хозяйства;

СП 26. Знать основные положения теории управления запасами;

СП 27. Уметь выбирать наиболее эффективное управление запасами с точки зрения рационализации продвижения материальных потоков;

СП 28. Знать основы маркетинга;

СП 29. Знать конъюнктуру рынка, методы изучения спроса на продукцию;

СП 30. Уметь проводить маркетинговые исследования;

СП 31. Знать особенности управления финансовыми и информационными потоками в закупочной логистике;

СП 32, СП 33. Определяются учреждением образования.

13. При разработке образовательной программы на основе настоящего образовательного стандарта БП и СП включаются в набор требуемых результатов освоения содержания образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование.

ГЛАВА 3

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

14. Трудоемкость образовательной программы составляет 1008 учебных часов, 39,5 зачетной единицы (кредитов) при выборе формы итоговой аттестации государственный экзамен, 42,5 зачетной единицы (кредитов) при выборе формы итоговой аттестации защита дипломной работы.

15. Устанавливаются следующие соотношения количества учебных часов аудиторных занятий и количества учебных часов самостоятельной работы слушателей:

в очной (дневной) форме получения образования – от 70:30 до 80:20;

в очной (вечерней) форме получения образования – от 60:40 до 70:30;

в заочной форме получения образования – от 50:50 до 60:40;

дистанционной форме получения образования – от 35:65 до 40:60.

В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, модулю, включается время, предусмотренное на подготовку к промежуточной и итоговой аттестации.

16. Продолжительность промежуточной аттестации в очной (дневной), заочной и дистанционной формах получения образования составляет 3 недели, в очной (вечерней) форме получения образования – 4 недели. Продолжительность итоговой аттестации – 0,5 недели для всех форм получения образования, трудоемкость итоговой аттестации – 1 зачетная единица (кредит).

Порядок проведения промежуточной и итоговой аттестации слушателей при освоении содержания образовательной программы определяется Правилами проведения аттестации слушателей, стажеров при освоении содержания образовательных программ дополнительного образования взрослых, утвержденными постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 5 октября 2022 г. № 367.

17. Примерный учебный план по специальности переподготовки разрабатывается в качестве примера реализации образовательных стандартов переподготовки, по форме (макету) согласно приложению 1 к постановлению Министерства образования Республики Беларусь от 23 декабря 2022 г. № 485 «О вопросах реализации образовательных программ дополнительного образования взрослых».

В примерном учебном плане по специальности переподготовки предусмотрены следующие компоненты:

- государственный компонент;
- компонент учреждения образования.

Трудоемкость государственного компонента составляет 72 учебных часа, 2 зачетные единицы (кредита).

Государственный компонент в структуре примерного учебного плана по специальности переподготовки составляет 7 процентов, компонент учреждения образования 93 процента, соотношение государственного компонента и компонента учреждения образования 7:93.

На компонент учреждения образования отводится 936 учебных часов, трудоемкость составляет 36,5 зачетной единицы (кредитов).

18. Устанавливаются следующие требования к содержанию учебных дисциплин, модулей по специальности переподготовки в рамках:

- 18.1. государственного компонента:

Идеология белорусского государства

Государство как основной политический институт. Понятие государственности. Белорусская государственность: истоки и формы. Этапы становления и развития белорусской государственности. Историческая преемственность традиций государственности от ее истоков и до настоящего времени. Закономерности в реализации идеи белорусской государственности как в исторических, так и в национальных формах. Независимость и суверенитет. Нация и государство.

Основы государственного устройства Республики Беларусь. Конституция – Основной Закон Республики Беларусь. Президент Республики Беларусь. Всебелорусское народное собрание. Парламент. Правительство как высший орган исполнительной власти. Законодательная, исполнительная и судебная власти. Местное управление и самоуправление. Политические партии и общественные объединения. Государственные символы Республики Беларусь. Социально-экономическая модель современной Республики Беларусь.

Модуль «Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Правовые аспекты профессиональной деятельности

Правовая система Республики Беларусь. Классификация права. Основы конституционного права. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы трудового права. Трудовой договор. Материальная ответственность сторон трудового договора. Правовое регулирование рабочего времени и времени отдыха. Оплата труда. Трудовая дисциплина. Трудовые споры. Гражданско-правовой договор. Договор как основной способ осуществления хозяйственной деятельности. Информационное право. Правовое регулирование информационных отношений при создании и распространении информации. Основы финансового права. Основы уголовного права.

Разрешение споров в административном и судебном порядке. Развитие государственной системы правовой информации Республики Беларусь. Специализированные интернет-ресурсы для правового обеспечения профессиональной деятельности. Основные акты законодательства, регулирующие профессиональную деятельность специалиста, руководителя.

Основы управления интеллектуальной собственностью

Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. Классификация объектов интеллектуальной собственности. Общие положения о праве промышленной собственности. Правовая охрана изобретений, полезных моделей, промышленных образцов (патентное право). Средства индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ, услуг как объекты права промышленной собственности. Права на селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау). Патентная информация. Патентные исследования. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. Защита прав авторов и правообладателей. Разрешение споров в сфере интеллектуальной собственности. Государственное регулирование и управление в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности. Ответственность за нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности. Меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность в профессиональной деятельности специалиста, руководителя.

Противодействие коррупции и предупреждение коррупционных рисков в профессиональной деятельности

Правовые основы государственной политики в сфере борьбы с коррупцией. Общая характеристика коррупции в системе общественных отношений. Виды и формы коррупции. Причины и условия распространения коррупции, ее негативные социальные последствия. Общая характеристика механизма коррупционного поведения и его основных элементов. Субъекты правонарушений, создающих условия для коррупции, и коррупционных правонарушений. Коррупционные преступления. Основные задачи в сфере противодействия коррупции. Система мер предупредительного характера. Способы и критерии выявления коррупции. Формирование нравственного поведения личности. Коррупционные риски. Общественно опасные последствия коррупционных преступлений. Субъекты коррупционных правонарушений. Международное сотрудничество в сфере противодействия коррупции.

Охрана труда в профессиональной деятельности

Основные принципы и направления государственной политики в области охраны труда. Законодательство об охране труда. Организация государственного управления охраной труда, контроля (надзора) за соблюдением законодательства об охране труда. Ответственность за нарушение законодательства об охране труда. Основные понятия о системе управления охраной труда в организации. Структура системы управления охраной труда в организации. Обучение и проверка знаний по вопросам охраны труда. Условия труда и производственный травматизм. Анализ и учет несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Производственный микроклимат, освещение производственных помещений. Защита работающих от шума, вибрации, ультразвука и иных факторов. Требования электробезопасности. Первичные средства пожаротушения. Особенности охраны труда в профессиональной деятельности;

18.2. компонента учреждения образования:

Внешнеэкономическая деятельность

Субъекты внешнеэкономической деятельности. Государственное регулирование внешнеторговой деятельности. Таможенно-тарифное регулирование. Запреты и ограничения в торговле с третьими странами. Валютное регулирование и валютный контроль. Таможенное регулирование и таможенный контроль. Международные коммерческие операции. Подготовка и реализация внешнеторговой сделки. Страхование рисков во внешнеэкономической деятельности.

Национальная экономика Беларуси

Научные основы национальной экономики. Основные макроэкономические показатели и пропорции. Модели национальной экономики. Экономический потенциал Республики Беларусь. Хозяйственные комплексы национальной экономики. Рост национальной экономики в условиях глобализации. Национальная и экономическая безопасность страны. Формирование рыночной экономики в Республике Беларусь. Роль государства в регулировании национальной экономики. Реализация экономической политики государства. Национальная экономика в мировом пространстве.

Экономико-математические методы и модели в логистике

Основные понятия, предмет и область применения экономико-математических методов и моделей в логистике. Теоретические основы экономико-математического моделирования в логистике. Регрессионный анализ. Спецификация эконометрической модели. Экономико-математические методы и модели оптимального планирования в логистике. Задачи оптимизации в логистике. Модели принятия решений. Модели сетевого планирования. Модели календарного планирования.

Экономика организации

Государственное регулирование экономики на микроуровне. Внешняя среда организации. Организация как субъект хозяйствования. Формы собственности и организационно-правовые формы организации. Экономические ресурсы организации. Персонал организации и оплата его труда. Производительность труда и ее влияние на экономику организации. Основные средства и эффективность их использования. Амортизация основных средств. Оборотные средства организации и эффективность их использования. Показатели использования оборотных средств. Издержки и себестоимость продукции, товаров (работ, услуг). Классификация затрат по статьям расходов. Доходы, расходы и прибыль организации. Инвестиционная и инновационная деятельность организации. Влияние инвестиционной деятельности на экономику организации. Эффективность и конкурентоспособность деятельности организации. Планирование экономической деятельности организации. План производства и реализации продукции, товаров (работ, услуг). Качество и конкурентоспособность продукции, товаров (работ, услуг). Результативность экономической деятельности организации. Управление инвестиционными проектами организации.

Менеджмент

Управление как вид деятельности. Организация как объект управления. Эволюция теории управления. Принципы, функции и методы управления. Критерии эффективных управленческих решений: своевременность, бюджетность, результативность. Современные информационно-коммуникационные технологии как инструмент принятия управленческих решений и деловых коммуникаций. Проектирование организации: плоские оргструктуры, функциональные подразделения, использование команд. HRM-системы. Управление процессами, связанными с личностью. Мотивация. Формирование и управление корпоративной культурой и организационным поведением персонала. Основы стратегического управления. Основы управления качеством. Стили лидерства, формы власти и влияния руководителя.

Анализ хозяйственной деятельности

Понятие, предмет и объекты экономического анализа. Методы и методика комплексного анализа. Способы обработки экономической информации в анализе. Традиционные способы измерения влияния факторов в детерминированном факторном анализе. Обоснование и принятие управленческих решений на основе анализа хозяйственной деятельности. Анализ использования основных средств организации. Анализ использования трудовых ресурсов организации. Анализ объема производства и реализации продукции, товаров (работ, услуг). Анализ затрат на производство и себестоимости продукции, товаров (работ, услуг). Информационное обеспечение экономического анализа.

Логистика и управление цепями поставок

Происхождение термина «логистика». Анализ существующих определений логистики. Логистика как организация бизнес-процессов компании. Логистика как одна

из эффективных форм интеграции торговли, снабжения, производства, транспорта, распределения. Взаимосвязь маркетинга и логистики в управлении организацией. Основные понятия логистики: материальный поток, логистические операции и функции, логистическая цепь, логистический канал, логистическая система, логистические издержки. Концепция логистики как совокупности принципов оптимизации параметров материальных потоков. Факторы развития логистики. Сущность и методология логистики. Принципы логистики. Интеграция логистики и маркетинга. Функциональные области логистики: снабжение, производство, распределение. Понятие и виды логистических стратегий. Традиционная и виртуальная цепи поставок. Методы в логистике. Оценка эффективности логистики региона. Правила логистики. Производственная логистика. Информационная логистика. Функциональный комплекс логистики. Логистическая система и цепи. Управление цепями поставок. Основные концепции управления логистическими системами.

Информационные технологии и системы в логистике

Роль информационных технологий в логистике. Логистические информационные системы. Современные информационные технологии получения и ввода информации в логистическую информационную систему. Навигационные системы. Системы автоматической идентификации. Стандарты обмена данными. Анализ и проектирование логистических информационных потоков. Информационные системы в производственной логистике. Системы класса MRP, MRPII. Эволюция систем MRP. Системы класса ERP. Информационные системы в управлении цепью поставок. Системы класса SCM. Информационные системы в складской логистике. Системы класса WMS. Информационные системы в транспортной логистике. TMS-системы. Специализированные программные продукты отечественных и зарубежных производителей. Цифровые технологии в логистике.

Распределительная логистика

Задачи и функции распределительной логистики. Взаимосвязь распределительной логистики с другими подсистемами логистики. Основные объекты исследования в распределительной логистике. Проектирование каналов распределения: использование корпоративных сайтов организации и заказчика на рынке B2B. Виды посредников в логистических каналах распределения и их функции. Обоснование решения о выборе системы распределения. Современные концепции обслуживания потребителей. Особенности логистики при различных формах торговли. Управление заказами и поставками. Управление возвратными потоками. Логистика в электронной коммерции. Фулфилмент.

Международная логистика

Определение, понятие, задачи и функции международной логистики. Факторы, повлиявшие на развитие международной логистики. Международные логистические цепочки в процессах интеграции и интернационализации. Стратегические и оперативные методы управления международной логистикой. Элементы инфраструктуры международной логистики. Информационная инфраструктура международной логистики. Виды документов, используемых в международной логистике. Электронный документооборот. Сети спутниковой связи и спутниковая навигация рыночных субъектов. Создание интегрированных информационных логистических систем. Сущность международных логистических услуг. Проектирование международных логистических услуг. Основы таможенного дела.

Транспортная логистика

Роль транспорта в логистической системе. Транспортная система. Международная транспортная инфраструктура. Транспортные характеристики грузов и классификация грузовых перевозок. Основные положения перевозочного процесса. Логистическое управление транспортировкой: рациональный выбор способа транспортировки, вида транспорта, транспортного средства, перевозчика и логистических партнеров по транспортировке. Особенности организации перевозок различными видами транспорта. Мультимодальные перевозки. Современные средства транспорта. Информационное

обеспечение транспортной логистики. Расчет затрат по транспортировке и провозных платежей.

Логистика складирования

Место и роль склада в цепи поставок организации. Особенности и функции складских объектов разных типов. Логистические и фулфилмент центры. Концепция складской логистики. Использование современных компьютерных программ и роботов для автоматизации складского хозяйства. Аутсорсинг на рынке складских услуг. Логистический подход к проектированию склада. Классификация и характеристика грузов. Понятие и параметры грузопотока. Логистические функции тары и упаковки. Логистическая организация складских бизнес-процессов. Системный подход к проектированию складских зон грузопереработки. Определение вида (конструкции здания) и размеров склада. Составляющие элементы складской площади и методы их расчета. Разработка логистической системы складского и подъемно-транспортного оборудования. Логистическая организация складских процессов. Показатели эффективности складской логистической подсистемы.

Управление запасами

Запасы в логистической системе. Цели, задачи и функции логистики запасов. Экономические проблемы логистики запасов. Показатели состояния и движения запаса. Расчеты параметров системы запасообразования. Метод ABC-XYZ-анализа как инструмент повышения эффективности управления запасами в звене цепей поставок. Логистические затраты запасообразования: сущность, состав и способы управления. Расчет экономического размера заказа: методика, ограничения и условия применения. Основные модели управления запасами в логистике.

Маркетинг

Основы маркетинга. Маркетинговые исследования. Основы конкурентоспособности. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Рекламные технологии. Связи с общественностью. Ивент-маркетинг и психология потребительского поведения. Психология коммуникации в маркетинге. Поведение потребителей. Финансовые инструменты анализа и стимулирование сбыта. Информационные технологии в маркетинге.

Закупочная логистика Цели, задачи и содержание закупочной логистики. Определение общего объема входящего материального потока. Разработка балансов материально-технического обеспечения организации. Методы определения потребности организации в материальных ресурсах. Классификация материальных ресурсов по методам ABC и XYZ. Матричная модель плана закупок. Методы прогнозирования потребности в материальных ресурсах. Проблема выбора поставщика продукции, товаров (работ, услуг). Планирование материальных потоков в разрезе поставщиков. Определение параметров партий закупок. Модель экономического оптимального размера заказа. Контроль входных материальных потоков. Особенности управления финансовыми и информационными потоками в закупочной логистике. Виды процедур закупок и механизм их реализации.

19. Настоящим образовательным стандартом стажировка не предусмотрена.

ГЛАВА 4

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСНОВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ, ФОРМАМ И СРОКАМ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

20. К приему (зачислению) по специальности переподготовки с присвоением квалификации «Логист. Экономист» допускаются лица, имеющие высшее образование, а также студенты, курсанты, слушатели последних двух курсов, получающие в очной форме первое общее высшее образование или специальное высшее образование, по специальностям, указанным в приложении 1 к постановлению Совета Министров

Республики Беларусь от 1 сентября 2022 г. № 574 «О вопросах организации образовательного процесса».

21. Для получения дополнительного образования взрослых по специальности переподготовки предусматриваются очная (дневная), очная (вечерняя), заочная и дистанционная формы получения образования.

22. При освоении содержания образовательной программы устанавливаются следующие сроки получения образования:

- 7 месяцев в очной (дневной) форме получения образования;
- 9 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования;
- 8 месяцев в дистанционной форме получения образования;
- 18 месяцев в заочной форме получения образования.

ГЛАВА 5

ТРЕБОВАНИЯ К МАКСИМАЛЬНОМУ ОБЪЕМУ УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ СЛУШАТЕЛЕЙ, ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА И ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

23. Максимальный объем учебной нагрузки слушателей не должен превышать:

12 учебных часов в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования, если совмещаются в этот день аудиторские занятия и самостоятельная работа слушателей;

10 учебных часов аудиторских занятий в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

10 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (дневной) форме получения образования, без совмещения с аудиторскими занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторских занятий в день в очной (вечерней) форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

6 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (вечерней) или заочной форме получения образования без совмещения с аудиторскими занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторских занятий, самостоятельной работы или совмещения аудиторской и самостоятельной работы в день в дистанционной форме получения образования.

24. Формой итоговой аттестации является государственный экзамен по учебным дисциплинам, модулям «Экономика организации» и «Логистика и управление цепями поставок» или защита дипломной работы, трудоемкость которой составляет 1 зачетную единицу (кредит).

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
28.08.2023 № 285

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ

(ОСРБ 9-09-0412-14)

**ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ,
ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ**

Специальность: 9-09-0412-14 Международные бизнес-коммуникации

Квалификация: Специалист по бизнес-коммуникации

**ПЕРАПАДРыхТОЎКА КІРУЮЧых РАБОТНІКАЎ І СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ
ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ**

Спецыяльнасць: 9-09-0412-14 Міжнародныя бізнес-камунікацыі

Кваліфікацыя: Спецыяліст па бізнес-камунікацыі

RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS HAVING HIGHER EDUCATION

Speciality: 9-09-0412-14 International business communications

Qualification: Business communication specialist

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящий образовательный стандарт разрабатывается по специальности 9-09-0412-14 «Международные бизнес-коммуникации» с присвоением квалификации «Специалист по бизнес-коммуникации».

2. Настоящий образовательный стандарт может использоваться нанимателями при решении вопросов трудоустройства специалистов, предъявляющих дипломы о переподготовке на уровне высшего образования установленного образца.

3. В соответствии с Общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации» специальность 9-09-0412-14 «Международные бизнес-коммуникации» (далее – специальность переподготовки) относится к профилю образования 04 «Бизнес, управление и право», направлению образования 041 «Бизнес и управление», к группе специальностей 0412 «Менеджмент, логистика, маркетинг и реклама».

4. В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на следующие акты законодательства:

Кодекс Республики Беларусь об образовании;

Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации».

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

бизнес-документация – набор документов, необходимых внешним пользователям для принятия ими экономических решений в отношении организации;

бизнес-коммуникация – процесс обмена информацией в экономической деятельности;

бизнес-событие – мероприятие, предназначенное для становления и поддержания деловых отношений между корпоративными партнерами;

коммуникативное поведение – совокупность норм и традиций общения определенной группы людей;

«Международные бизнес-коммуникации» – специальность переподготовки, предметной областью которой является осуществление бизнес-коммуникации в процессе ведения переговоров с зарубежными партнерами, общения с клиентами-представителями иной культуры в ходе бизнес-событий;

межкультурная коммуникация – общение между представителями различных культур;

«Специалист по бизнес-коммуникации» – квалификация специалиста, занимающегося обменом информацией с зарубежными партнерами в процессе осуществления организацией внешнеэкономической деятельности.

ГЛАВА 2

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6. Видами профессиональной деятельности специалиста являются:

организационно-управленческая;

информационно-аналитическая;

коммуникативная.

7. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

организации;

специалисты организаций;

рынки (рынки товаров, рынки услуг, рынки сбыта);

потоки (финансовые, информационные, логистические, товарные, иные);

организационные процессы;

документы в сфере внешнеэкономической деятельности.

8. Функциями профессиональной деятельности специалиста являются:

обеспечение руководителей достоверной информацией о возможности осуществления оптимальных внешнеэкономических связей;

прогнозирование тенденции коммуникации в сфере внешнеэкономической деятельности;

подготовка бизнес-документации;

осуществление организации и проведения переговорных процессов в сфере внешнеэкономического сотрудничества;

выстраивание гармоничной и эффективной коммуникации в сфере внешнеэкономической деятельности;

разработка стратегии коммуникативного поведения в сфере внешнеэкономической деятельности;

осуществление консультации по вопросам коммуникативных технологий в сфере внешнеэкономической деятельности;

участие в формулировании экономических задач, решаемых с помощью коммуникативных технологий.

9. Задачами, решаемыми специалистом при выполнении функций профессиональной деятельности, являются:

выполнение аналитической работы в сфере внешнеэкономической деятельности организации;

выполнение информационно-технической работы в сфере внешнеэкономической деятельности организации;

использование справочной информации и актов законодательства при подготовке определенного бизнес-события;

сбор, систематизация, учет и анализ материалов, относящихся к внешнеэкономической деятельности организации;

оформление бизнес-документации в соответствии с международными стандартами;

участие в подготовке локальных правовых актов в сфере внешнеэкономической деятельности организации;

организация и проведение международных конференций, семинаров, выставок;

ведение и представление установленной отчетности;

подготовка и осуществление мероприятий по совершенствованию внешнеэкономических связей организации;

осуществление делопроизводства в сфере внешнеэкономической деятельности организации;

создание, переработка и оптимальное хранение информационных ресурсов организации, необходимых для осуществления коммуникации во внешнеэкономической деятельности;

обеспечение проведения переговорного процесса в зависимости от социокультурной принадлежности контрагента;

формирование банка данных внешних контрагентов и поддержание его в актуальном состоянии;

внесение предложений по улучшению коммуникаций в сфере внешнеэкономической деятельности организации;

оказание методических и консультационных услуг работникам организации по вопросам коммуникации в сфере внешнеэкономической деятельности организации;

разработка коммуникативных моделей для конкретного бизнес-события;

изучение, анализ, оценка коммуникаций в сфере внешнеэкономической деятельности организации;

осуществление взаимодействия с другими структурными подразделениями организации;

разработка стратегии и тактики коммуникативной деятельности организации;

подготовка рекомендаций по устранению выявленных ошибок в коммуникативной деятельности организации;

использование новых коммуникативных технологий ведения внешнеэкономической деятельности.

10. Переподготовка специалиста должна обеспечивать формирование следующих групп компетенций: базовых профессиональных и специализированных.

11. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими базовыми профессиональными компетенциями (далее – БП):

БП 1. Знать основы регулирования правовой, политической и экономической системы государства, порядок формирования и функционирования государственных органов;

БП 2. Уметь толковать и применять акты законодательства в сфере профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с ними;

БП 3. Знать порядок, процедуры оформления, регистрации и реализации прав на объекты интеллектуальной собственности;

БП 4. Уметь комплексно использовать инструменты защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности, применять механизмы правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности;

БП 5. Знать и уметь применять на практике механизмы противодействия коррупции;

БП 6. Уметь квалифицировать общественно опасное поведение, подпадающее под признаки коррупционных правонарушений, содействовать пресечению проявлений коррупции;

БП 7. Знать и соблюдать требования по охране труда в пределах выполнения должностных обязанностей.

12. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими специализированными компетенциями (далее – СП):

СП 1. Знать теоретические основы экономики и управления внешнеэкономической деятельностью;

СП 2. Уметь применять меры таможенно-тарифного регулирования;

- СП 3. Знать лексико-грамматические особенности иноязычной речи;
- СП 4. Владеть навыками иноязычного общения в профессиональной сфере деятельности;
- СП 5. Уметь работать с аутентичными текстами различных жанрово-стилистических разновидностей;
- СП 6. Знать роль контекста при переводе;
- СП 7. Знать грамматические и лексические основы перевода;
- СП 8. Уметь осуществлять практический перевод;
- СП 9. Знать основы межкультурной коммуникации;
- СП 10. Знать социальный контекст для идентификации ситуации по фактам коммуникативного поведения;
- СП 11. Уметь интерпретировать образцы поведения или коммуникативного сценария на основе их структурных и (или) функциональных характеристик;
- СП 12. Знать теоретические основы межкультурной коммуникации;
- СП 13. Уметь прогнозировать развитие коммуникативного сценария бизнес-мероприятия;
- СП 14. Уметь проводить анализ кредитно-расчетных операций во внешнеэкономической деятельности;
- СП 15. Знать и уметь применять на практике коммуникативные техники в зависимости от бизнес-ситуации;
- СП 16. Знать методику организации и проведения конференций, семинаров, выставок;
- СП 17. Уметь выбирать оптимальные стратегии и тактику коммуникативного поведения для конкретного бизнес-события;
- СП 18. Уметь составлять контракты, соглашения, договоры и деловые письма на иностранном языке;
- СП 19. Знать исторические предпосылки становления современного государственного устройства страны изучаемого языка;
- СП 20. Уметь определять географические и экономические особенности конкретной страны и использовать их при проведении переговоров;
- СП 21. Определяется учреждением образования.
13. При разработке образовательной программы на основе настоящего образовательного стандарта БП и СП включаются в набор требуемых результатов освоения содержания образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование.

ГЛАВА 3

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

14. Трудоемкость образовательной программы составляет 1162 учебных часа, 42,5 зачетной единицы (кредитов).

15. Устанавливаются следующие соотношения количества учебных часов аудиторных занятий и количества учебных часов самостоятельной работы слушателей:

в очной (дневной) форме получения образования – от 70:30 до 80:20;

в очной (вечерней) форме получения образования – от 60:40 до 70:30;

в заочной форме получения образования – от 50:50 до 60:40;

дистанционной форме получения образования – от 35:65 до 40:60.

В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, модулю, включается время, предусмотренное на подготовку к промежуточной и итоговой аттестации.

16. Продолжительность промежуточной аттестации в очной (дневной), заочной и дистанционной формах получения образования составляет 3 недели, в очной (вечерней) форме получения образования – 4 недели. Продолжительность итоговой аттестации –

0,5 недели для всех форм получения образования, трудоемкость итоговой аттестации – 1 зачетная единица (кредит).

Порядок проведения промежуточной и итоговой аттестации слушателей при освоении содержания образовательной программы определяется Правилами проведения аттестации слушателей, стажеров при освоении содержания образовательных программ дополнительного образования взрослых, утвержденными постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 5 октября 2022 г. № 367.

17. Примерный учебный план по специальности переподготовки разрабатывается в качестве примера реализации образовательных стандартов переподготовки, по форме (макету) согласно приложению 1 к постановлению Министерства образования Республики Беларусь от 23 декабря 2022 г. № 485 «О вопросах реализации образовательных программ дополнительного образования взрослых».

В примерном учебном плане по специальности переподготовки предусмотрены следующие компоненты:

- государственный компонент;
- компонент учреждения образования.

Трудоемкость государственного компонента составляет 72 учебных часа, 2 зачетные единицы (кредита).

Государственный компонент в структуре примерного учебного плана по специальности переподготовки составляет 6,2 процента, компонент учреждения образования 93,8 процента, соотношение государственного компонента и компонента учреждения образования 6,2:93,8.

На компонент учреждения образования отводится 1090 учебных часов, трудоемкость составляет 39,5 зачетной единицы (кредитов).

18. Устанавливаются следующие требования к содержанию учебных дисциплин, модулей по специальности переподготовки в рамках:

18.1. государственного компонента:

Идеология белорусского государства

Государство как основной политический институт. Понятие государственности. Белорусская государственность: истоки и формы. Этапы становления и развития белорусской государственности. Историческая преемственность традиций государственности от ее истоков и до настоящего времени. Закономерности в реализации идеи белорусской государственности как в исторических, так и в национальных формах. Независимость и суверенитет. Нация и государство.

Основы государственного устройства Республики Беларусь. Конституция – Основной Закон Республики Беларусь. Президент Республики Беларусь. Всебелорусское народное собрание. Парламент. Правительство как высший орган исполнительной власти. Законодательная, исполнительная и судебная власти. Местное управление и самоуправление. Политические партии и общественные объединения. Государственные символы Республики Беларусь. Социально-экономическая модель современной Республики Беларусь.

Модуль «Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Правовые аспекты профессиональной деятельности

Правовая система Республики Беларусь. Классификация права. Основы конституционного права. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы трудового права. Трудовой договор. Материальная ответственность сторон трудового договора. Правовое регулирование рабочего времени и времени отдыха. Оплата труда. Трудовая дисциплина. Трудовые споры. Гражданско-правовой договор. Договор как основной способ осуществления хозяйственной деятельности. Информационное право. Правовое регулирование информационных отношений при создании и распространении информации. Основы финансового права. Основы уголовного права. Разрешение споров в административном и судебном порядке. Развитие государственной системы правовой информации Республики Беларусь. Специализированные интернет-ресурсы для правового обеспечения профессиональной деятельности. Основные акты

законодательства, регулирующие профессиональную деятельность специалиста, руководителя.

Основы управления интеллектуальной собственностью

Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. Классификация объектов интеллектуальной собственности. Общие положения о праве промышленной собственности. Правовая охрана изобретений, полезных моделей, промышленных образцов (патентное право). Средства индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ, услуг как объекты права промышленной собственности. Права на селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау). Патентная информация. Патентные исследования. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. Защита прав авторов и правообладателей. Разрешение споров в сфере интеллектуальной собственности. Государственное регулирование и управление в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности. Ответственность за нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности. Меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность в профессиональной деятельности специалиста, руководителя.

Противодействие коррупции и предупреждение коррупционных рисков в профессиональной деятельности

Правовые основы государственной политики в сфере борьбы с коррупцией. Общая характеристика коррупции в системе общественных отношений. Виды и формы коррупции. Причины и условия распространения коррупции, ее негативные социальные последствия. Общая характеристика механизма коррупционного поведения и его основных элементов. Субъекты правонарушений, создающих условия для коррупции, и коррупционных правонарушений. Коррупционные преступления. Основные задачи в сфере противодействия коррупции. Система мер предупредительного характера. Способы и критерии выявления коррупции. Формирование нравственного поведения личности. Коррупционные риски. Общественно опасные последствия коррупционных преступлений. Субъекты коррупционных правонарушений. Международное сотрудничество в сфере противодействия коррупции.

Охрана труда в профессиональной деятельности

Основные принципы и направления государственной политики в области охраны труда. Законодательство об охране труда. Организация государственного управления охраной труда, контроля (надзора) за соблюдением законодательства об охране труда. Ответственность за нарушение законодательства об охране труда. Основные понятия о системе управления охраной труда в организации. Структура системы управления охраной труда в организации. Обучение и проверка знаний по вопросам охраны труда. Условия труда и производственный травматизм. Анализ и учет несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Производственный микроклимат, освещение производственных помещений. Защита работающих от шума, вибрации, ультразвука и иных факторов. Требования электробезопасности. Первичные средства пожаротушения. Особенности охраны труда в профессиональной деятельности;

18.2. компонента учреждения образования:

Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью

Современные тенденции развития международной экономики и внешнеэкономическая деятельность Республики Беларусь. Управление внешнеэкономической деятельностью. Участники внешнеэкономической деятельности. Договор международной купли-продажи товаров. Международные торговые-посреднические операции. Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности. Международные перевозки грузов.

Практический курс иностранного языка

Лексико-грамматические особенности иноязычной речи. Существительные собственные и нарицательные. Существительные исчисляемые и неисчисляемые.

Образование множественного числа существительных. Имена существительные, употребляемые только в единственном числе. Имена существительные, употребляемые только во множественном числе. Общий падеж. Притяжательный падеж. Правила употребления артиклей. Образование степеней сравнения прилагательных. Образование количественных, порядковых и дробных числительных. Местоимения – личные, притяжательные, возвратные, указательные, вопросительные, относительные, неопределенные. Видовременные формы глагола. Понятие залога (активный, пассивный). Модальные глаголы. Неличные формы глагола: инфинитив, герундий, причастие. Наречия – места, времени, меры, степени, образа действия. Степени сравнения наречий. Правила употребления предлогов в предложении. Правила образования простых (распространенных, нераспространенных) и сложных предложений. Правила образования вопросительных, восклицательных, повелительных предложений. Три типа условных предложений. Правила образования прямой и косвенной речи. Типовые ситуации бытовой, социально-культурной и профессиональной сфер иноязычного общения в рамках заданной тематики. Аутентичные тексты различных жанрово-стилистических разновидностей. Функциональные типы диалогических высказываний: односторонний диалог-расспрос, двусторонний диалог-расспрос, диалог-обмен мнениями, диалог-волеизъявление, ритуальный диалог в ситуации социального контакта. Полилог (в дискуссии, споре, тематической беседе). Функциональные типы монологических высказываний: сообщение, описание, повествование, рассуждение. Основные коммуникативные лексико-грамматические структуры. Основные функциональные письменные жанры делового и академического стилей. Основные лексико-грамматические структуры. Базовая лексика, ее русские соответствия. Синонимические и антонимические ряды и понятийный аппарат.

Практический курс перевода

Роль контекста при переводе. Грамматические основы перевода. Грамматические трансформации. Актуальное членение предложения. Передача грамматических явлений, не имеющих прямых соответствий в языке перевода. Лексические основы перевода. Многозначность слова и перевод. Перевод слов и словосочетаний: перевод многозначных слов и омонимов, синонимов и антонимов, перевод стилистически ограниченной лексики, заимствований и устаревших слов, перевод фразеологизмов. Перевод частей речи. Перевод имени существительного. Перевод имени прилагательного. Перевод наречия. Перевод имени числительного. Перевод глагола. Перевод причастия. Перевод реалий. Перевод терминов. Интернациональные слова. Псевдоинтернациональные слова, или «ложные друзья» переводчика. Перевод неологизмов. Лексические соответствия. Перевод простых и сложных предложений. Перевод прямой и косвенной речи. Универсальные переводческие приемы. Безэквивалентная лексика. Лексические трансформации. Архаичность и архаизация. Особенности передачи лексических разрядов единиц с иностранного языка на родной. Лексикографические источники. Преодоление межъязыковых барьеров. Понятие о переводческой компетенции.

Модуль «Межкультурная коммуникация»

Теория межкультурной коммуникации

Культура как коммуникация. Теории межкультурной коммуникации, их классификации. Вербальное межкультурное общение. Роль невербального общения в межкультурной коммуникации. Психология этничности и формирование национального характера. Межкультурные особенности корпоративной культуры.

Интерпретация коммуникативного поведения в бизнесе

Передача и получение сообщения в бизнесе. Социальный контекст: расовые, этнические, культурные, возрастные, гендерные, религиозные, образовательные, профессиональные различия как основание для несовпадений импликаций в ходе проведения бизнес-мероприятий. Картина мира, категоризация действительности в рамках внешнеэкономической деятельности. Лидерство. Коммуникация в ситуациях публичности.

Практикум по межкультурной коммуникации

Культурные ценности и поведение. Универсальное, культурное, персональное. Аккультурация. Индивидуализм или коллективизм. Прямой и непрямой стиль коммуникации. Высококонтекстуальные и низкоконтекстуальные культуры. Концепт времени. Локус контроля. Концепт дистанции власти. Избегание неопределенности. Культурный шок. Инкультурация. Влияние фактора культурной принадлежности на ценности и нормы в международной бизнес-среде.

Кредитно-расчетные операции во внешнеэкономической деятельности

Банковское обслуживание внешнеэкономической деятельности организаций. Валютно-обменные операции, совершенные банками, на внутреннем валютном рынке. Международные межбанковские корреспондентские отношения. Формы международных расчетов. Основы выдачи и обращения векселей. Банковские гарантии. Краткосрочное кредитование экспортно-импортных операций. Факторинг и форфейтинг. Лизинг.

Профессиональное общение на иностранном языке

Понятие профессионального общения и его виды. Виды коммуникативной деятельности в рамках профессиональной тематики во внешнеэкономической деятельности. Сферы общения во внешнеэкономической деятельности. Функциональные стили общения во внешнеэкономической деятельности. Целеустановка и жанр в зависимости от бизнес-ситуации международного общения. Восприятие аутентичной речи в бизнес-общении. Понимание и интерпретация аутентичной речи в бизнес-общении. Ведение переговоров во внешнеэкономической деятельности на иностранном языке. Структура деятельности по ведению переговоров. Сферы общения во внешнеэкономической деятельности. Синтаксические модели официально-деловой и профессиональной сфер общения. Общелогические операции мыслительной деятельности в ходе профессионального общения во внешнеэкономической сфере. Специальные операции мыслительной деятельности в ходе профессионального общения во внешнеэкономической сфере. Нормативные правовые акты, методические материалы, регулирующие внешнеэкономическую и производственно-хозяйственную деятельность организации в англоязычных странах в британском варианте английского языка. Нормативные правовые акты, методические материалы, регулирующие внешнеэкономическую и производственно-хозяйственную деятельность организации в англоязычных странах в американском варианте английского языка. Коммуникативное намерение, точка зрения говорящего, стиль и общий тон повествования во время бизнес-мероприятия. Обоснованные выводы и заключения, достоверность и объективность в ходе внешнеэкономической деятельности.

Деловое письмо на иностранном языке

Структура, правила написания и применение клише при составлении контрактов, соглашений, договоров и деловых писем разных видов. Виды деловых писем, лексические и грамматические особенности их составления. Языковые особенности американского и британского вариантов английского языка деловой письменной документации.

Страноведение и культура стран изучаемого языка

Исторические предпосылки становления современного государственного устройства страны изучаемого языка, ее место в мировом и европейском пространстве. Географические и экономические особенности. Политические и общественные организации. Социальная сфера. Система образования. Средства массовой информации. Истоки культуры. Искусство. Проблемы молодежи. Обычаи, нравы и традиции, реалии жизни.

19. Настоящим образовательным стандартом стажировка не предусмотрена.

ГЛАВА 4

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСНОВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ, ФОРМАМ И СРОКАМ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

20. К приему (зачислению) по специальности переподготовки с присвоением квалификации «Специалист по бизнес-коммуникации» допускаются лица, имеющие высшее образование, а также студенты, курсанты, слушатели последних двух курсов, получающие в очной форме первое общее высшее образование или специальное высшее образование, по специальностям, указанным в приложении 1 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 1 сентября 2022 г. № 574 «О вопросах организации образовательного процесса».

21. Для получения дополнительного образования взрослых по специальности переподготовки предусматриваются очная (дневная), очная (вечерняя), заочная и дистанционная формы получения образования.

22. При освоении содержания образовательной программы устанавливаются следующие сроки получения образования:

- 10 месяцев в очной (дневной) форме получения образования;
- 18 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования;
- 20 месяцев в дистанционной форме получения образования;
- 22 месяца в заочной форме получения образования.

ГЛАВА 5

ТРЕБОВАНИЯ К МАКСИМАЛЬНОМУ ОБЪЕМУ УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ СЛУШАТЕЛЕЙ, ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА И ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

23. Максимальный объем учебной нагрузки слушателей не должен превышать:

12 учебных часов в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования, если совмещаются в этот день аудиторные занятия и самостоятельная работа слушателей;

10 учебных часов аудиторных занятий в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

10 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (дневной) форме получения образования без совмещения с аудиторными занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторных занятий в день в очной (вечерней) форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

6 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (вечерней) или заочной форме получения образования без совмещения с аудиторными занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторных занятий, самостоятельной работы или совмещения аудиторной и самостоятельной работы в день в дистанционной форме получения образования.

24. Формой итоговой аттестации является государственный экзамен по учебной дисциплине, модулю «Практический курс иностранного языка», трудоемкость которой составляет 1 зачетная единица (кредит).

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
28.08.2023 № 285

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ

(ОСРБ 9-09-0413-03)

ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ, ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Специальность: 9-09-0413-03 Международное торговое сотрудничество

Квалификация: Специалист по внешнеторговому сотрудничеству

ПЕРАПАДРЫХТОЎКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ І СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ

Спецыяльнасць: 9-09-0413-03 Міжнароднае гандлёвае супрацоўніцтва

Кваліфікацыя: Спецыяліст па знешнегандлёваму супрацоўніцтву

RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS HAVING HIGHER EDUCATION

Speciality: 9-09-0413-03 Foreign Trade Cooperation

Qualification: Specialist in foreign trade cooperation

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящий образовательный стандарт разрабатывается по специальности 9-09-0413-03 «Международное торговое сотрудничество» с присвоением квалификации «Специалист по внешнеторговому сотрудничеству».

2. Настоящий образовательный стандарт может использоваться нанимателями при решении вопросов трудоустройства специалистов, предъявляющих дипломы о переподготовке на уровне высшего образования установленного образца.

3. В соответствии с Общегосударственным классификатором Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации» специальность 9-09-0413-03 «Международное торговое сотрудничество» (далее – специальность переподготовки) относится к профилю образования 04 «Бизнес, управление и право», направлению образования 041 «Бизнес и управление», к группе специальностей 0413 «Оптовая и розничная торговля».

4. В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на следующие акты законодательства:

Кодекс Республики Беларусь об образовании;

Общегосударственный классификатор Республики Беларусь ОКРБ 011-2022 «Специальности и квалификации».

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

внешнеторговая политика – система мероприятий, нацеленных на защиту внутреннего рынка или на стимулирование роста объема внешней торговли, изменение ее структуры и направлений товарных потоков;

конкурентоспособность – преимущество субъекта хозяйствования по отношению к иным субъектам той же отрасли как внутри страны, так и за ее пределами;

международная торговля – обмен товарами и услугами между странами посредством экспорта и импорта;

международное торговое сотрудничество – деятельность специалиста, направленная на осуществление сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и объектами интеллектуальной собственности;

платежный баланс – статистический отчет, в котором в систематизированном виде отражаются суммарные данные о внешнеэкономической деятельности страны за определенный период времени;

специалист по внешнеторговому сотрудничеству (в рамках специальности переподготовки) – квалификация специалиста с высшим образованием, осуществляющего планирование, экономическое сопровождение и управление в сфере внешнеторговой политики организации.

ГЛАВА 2 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6. Видами профессиональной деятельности специалиста являются:

организационно-управленческая;

экономическая;

аналитическая;

организационная.

7. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

организации;

структурные подразделения организаций;

рынки (рынки товаров, рынки услуг, рынки сбыта);

потоки (финансовые, информационные, логистические, товарные, иные);

документы.

8. Функциями профессиональной деятельности специалиста являются:

выполнение экономических расчетов во внешней торговле;

планирование внешнеторговой деятельности организаций и органов государственного управления;

осуществление экономического анализа внешнеторговой деятельности;

осуществление работы, направленной на обеспечение роста прибыльности, конкурентоспособности и качества товаров и услуг на внешних рынках;

осуществление работы по управлению в сфере международного торгового сотрудничества;

разработка стратегии развития международного торгового сотрудничества организаций и органов государственного управления;

осуществление работы по организации и проведению переговорных процессов в сфере международного торгового сотрудничества;

организация мониторинга конъюнктурных изменений мирового рынка;

обеспечение руководителей достоверной информацией о возможности осуществления оптимальных внешнеэкономических связей организации.

9. Задачами, решаемыми специалистом при выполнении функций профессиональной деятельности, являются:

выполнение расчетов по сделкам во внешней торговле организаций и органов государственного управления;

экономическое обоснование целесообразности конкретных внешнеторговых операций;

расчет экономической эффективности деятельности организации в сфере международного торгового сотрудничества;

подготовка исходных данных для составления проектов планов внешнеторговой деятельности;

разработка перспективных и текущих планов в сфере международного торгового сотрудничества;

разработка бизнес-планов внешнеторговых проектов;
проведение мероприятий по повышению экономической эффективности внешнеторговой деятельности;
разработка механизма обеспечения конкурентоспособности продукции на внешних рынках;
разработка международной маркетинговой политики в рамках организации;
подготовка и осуществление мероприятий по совершенствованию международного торгового сотрудничества организаций, органов государственного управления;
формирование банка данных внешних контрагентов и поддержание его в актуальном состоянии;
подготовка в установленные сроки отчетности в сфере международного торгового сотрудничества;
определение тенденций развития международного торгового сотрудничества организаций и органов государственного управления; принятие решений о стратегии работы на зарубежном рынке;
установление и поддержание связей, налаживание контактов с представителями иностранных организаций, государственных органов и международных экономических организаций;
обеспечение проведения переговорного процесса с зарубежными и международными контрагентами;
разработка общих стратегий переговорных процессов с представителями организаций, органов государственного управления зарубежных стран и международных экономических организаций; использование современных методик ведения переговоров при работе с иностранными партнерами, в том числе в рамках Всемирной торговой организации (далее – ВТО);
исследование и сегментирование зарубежного рынка;
изучение динамики поставок продукции на экспорт и ее ввоза из-за границы;
контроль, анализ и регулирование внешнеторговых показателей;
анализ поведения организаций, органов государственного управления зарубежных стран и международных экономических организаций в сфере международного торгового сотрудничества;
оценка процессов, происходящих в сфере международного торгового сотрудничества, выявление тенденций и перспектив развития; определение рисков и в сфере внешней торговли;
создание и оптимальное хранение информационных ресурсов организации, необходимых для осуществления международных торговых контактов;
сбор необходимой информации и подготовка информационных материалов в сфере международного торгового сотрудничества;
консультирование руководителей организаций и органов государственного управления по вопросам ведения внешнеторговых переговоров.

10. Переподготовка специалиста должна обеспечивать формирование следующих групп компетенций: базовых профессиональных и специализированных.

11. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими базовыми профессиональными компетенциями (далее – БП):

БП 1. Знать основы регулирования правовой, политической и экономической системы государства, порядок формирования и функционирования государственных органов;

БП 2. Уметь толковать и применять акты законодательства в сфере профессиональной деятельности, принимать решения в соответствии с ними;

БП 3. Знать порядок, процедуры оформления, регистрации и реализации прав на объекты интеллектуальной собственности;

БП 4. Уметь комплексно использовать инструменты защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в профессиональной деятельности, применять механизмы правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности;

БП 5. Знать и уметь применять на практике механизмы противодействия коррупции;
БП 6. Уметь квалифицировать общественно опасное поведение, подпадающее под признаки коррупционных правонарушений, содействовать пресечению проявлений коррупции;

БП 7. Знать и соблюдать требования по охране труда в пределах выполнения должностных обязанностей.

12. Слушатель, освоивший содержание образовательной программы, должен обладать следующими специализированными компетенциями (далее – СП):

СП 1. Знать моральные принципы, нормы и следовать им;

СП 2. Уметь использовать психологические приемы при ведении деловых бесед, переговоров, совещаний;

СП 3. Знать социально-экономические процессы, функционирующие в Республике Беларусь и перспективную модель национальной экономики;

СП 4. Уметь использовать методы экономического анализа в отраслях национальной экономики;

СП 5. Знать теоретико-методологические основы статистического исследования;

СП 6. Уметь проводить статистический анализ динамики социально-экономических явлений;

СП 7. Знать теоретические основы маркетинговой деятельности;

СП 8. Уметь проводить маркетинговые исследования на внешних рынках;

СП 9. Уметь формировать ценовую политику на внешних рынках;

СП 10. Знать основные принципы налогообложения и порядок исчисления налогов;

СП 11. Уметь составлять налоговую отчетность;

СП 12. Знать методы управления организацией и уметь применять их в профессиональной деятельности;

СП 13. Уметь осуществлять управленческую деятельность в процессе международного торгового сотрудничества;

СП 14. Знать теоретические основы организации бухгалтерского учета и уметь применять их в практической деятельности;

СП 15. Уметь отражать в бухгалтерском учете основные финансовые и хозяйственные операции;

СП 16. Уметь составлять бухгалтерский баланс;

СП 17. Знать сущность и содержание основных экономических категорий, определяющих эффективность деятельности организации;

СП 18. Уметь рассчитывать экономические показатели деятельности организации;

СП 19. Знать теоретические основы международной торговли товарами, услугами и объектами интеллектуальной собственности;

СП 20. Знать систему международных специализированных межправительственных экономических организаций, осуществляющих регулирование в области международной торговли;

СП 21. Уметь использовать инструменты и механизмы внешнеторговой политики в практической деятельности;

СП 22. Знать теоретические основы инвестиционной деятельности;

СП 23. Уметь использовать методы привлечения прямых иностранных инвестиций в практической деятельности;

СП 24. Знать Правила ВТО в рамках Генерального соглашения по торговле услугами 1994 года, (далее – ГАТС) и Соглашения ВТО по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности от 15 апреля 1994 года;

СП 25. Уметь использовать тарифные и нетарифные меры регулирования внешней торговли и региональные торговые соглашения в рамках ВТО;

СП 26. Знать проблемы конкурентоспособности экономики Республики Беларусь и конкурентную политику государства;

СП 27. Уметь оценивать конкурентоспособность внешней торговли, рассчитывать показатели конкурентоспособности экспорта;

СП 28. Знать принципы построения, систему показателей платежного баланса, их взаимосвязь с системой национальных счетов Республики Беларусь;

СП 29. Знать особенности и современные тенденции международной экономической интеграции в условиях глобализации мировой экономики;

СП 30. Знать приемы и методы таможенно-тарифного, налогового и нетарифного регулирования внешней торговли Евразийского экономического союза (далее – ЕАЭС);

СП 31. Уметь осуществлять внешнеторговые операции в рамках соглашений со странами вне Содружества Независимых Государств (далее – СНГ) и интеграционными объединениями;

СП 32, СП 33. Определяются учреждением образования.

13. При разработке образовательной программы на основе настоящего образовательного стандарта БП и СП включаются в набор требуемых результатов освоения содержания образовательной программы переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование.

ГЛАВА 3

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

14. Трудоемкость образовательной программы составляет 1050 учебных часов, 39 зачетных единиц (кредитов) при выборе формы итоговой аттестации государственный экзамен, 42 зачетные единицы (кредита) при выборе формы итоговой аттестации защита дипломной работы.

15. Устанавливаются следующие соотношения количества учебных часов аудиторных занятий и количества учебных часов самостоятельной работы слушателей:

в очной (дневной) форме получения образования – от 70:30 до 80:20;

в очной (вечерней) форме получения образования – от 60:40 до 70:30;

в заочной форме получения образования – от 50:50 до 60:40;

дистанционной форме получения образования – от 35:65 до 40:60.

В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, модулю, включается время, предусмотренное на подготовку к промежуточной и итоговой аттестации.

16. Продолжительность промежуточной аттестации в очной (дневной), заочной и дистанционной формах получения образования составляет 3 недели, в очной (вечерней) форме получения образования – 4 недели. Продолжительность итоговой аттестации – 0,5 недели для всех форм получения образования, трудоемкость итоговой аттестации – 1 зачетная единица (кредит).

Порядок проведения промежуточной и итоговой аттестации слушателей при освоении содержания образовательной программы определяется Правилами проведения аттестации слушателей, стажеров при освоении содержания образовательных программ дополнительного образования взрослых, утвержденными постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 5 октября 2022 г. № 367.

17. Примерный учебный план по специальности переподготовки разрабатывается в качестве примера реализации образовательных стандартов переподготовки, по форме (макету) согласно приложению 1 к постановлению Министерства образования Республики Беларусь от 23 декабря 2022 г. № 485 «О вопросах реализации образовательных программ дополнительного образования взрослых».

В примерном учебном плане по специальности переподготовки предусмотрены следующие компоненты:

государственный компонент;

компонент учреждения образования.

Трудоемкость государственного компонента составляет 72 учебных часа, 2 зачетные единицы (кредита).

Государственный компонент в структуре примерного учебного плана по специальности переподготовки составляет 6,9 процента, компонент учреждения образования 93,1 процента, соотношение государственного компонента и компонента учреждения образования 6,9:93,1.

На компонент учреждения образования отводится 978 учебных часов, трудоемкость составляет 36 зачетных единиц (кредитов).

18. Устанавливаются следующие требования к содержанию учебных дисциплин, модулей по специальности переподготовки в рамках:

18.1. государственного компонента:

Идеология белорусского государства

Государство как основной политический институт. Понятие государственности. Белорусская государственность: истоки и формы. Этапы становления и развития белорусской государственности. Историческая преемственность традиций государственности от ее истоков и до настоящего времени. Закономерности в реализации идеи белорусской государственности как в исторических, так и в национальных формах. Независимость и суверенитет. Нация и государство.

Основы государственного устройства Республики Беларусь. Конституция – Основной Закон Республики Беларусь. Президент Республики Беларусь. Всебелорусское народное собрание. Парламент. Правительство как высший орган исполнительной власти. Законодательная, исполнительная и судебная власти. Местное управление и самоуправление. Политические партии и общественные объединения. Государственные символы Республики Беларусь. Социально-экономическая модель современной Республики Беларусь.

Модуль «Правовое регулирование профессиональной деятельности»

Правовые аспекты профессиональной деятельности

Правовая система Республики Беларусь. Классификация права. Основы конституционного права. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы трудового права. Трудовой договор. Материальная ответственность сторон трудового договора. Правовое регулирование рабочего времени и времени отдыха. Оплата труда. Трудовая дисциплина. Трудовые споры. Гражданско-правовой договор. Договор как основной способ осуществления хозяйственной деятельности. Информационное право. Правовое регулирование информационных отношений при создании и распространении информации. Основы финансового права. Основы уголовного права. Разрешение споров в административном и судебном порядке. Развитие государственной системы правовой информации Республики Беларусь. Специализированные интернет-ресурсы для правового обеспечения профессиональной деятельности. Основные акты законодательства, регулирующие профессиональную деятельность специалиста, руководителя.

Основы управления интеллектуальной собственностью

Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права. Классификация объектов интеллектуальной собственности. Общие положения о праве промышленной собственности. Правовая охрана изобретений, полезных моделей, промышленных образцов (патентное право). Средства индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ, услуг как объекты права промышленной собственности. Права на селекционные достижения, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау). Патентная информация. Патентные исследования. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. Защита прав авторов и правообладателей. Разрешение споров в сфере интеллектуальной собственности. Государственное регулирование и управление в сфере охраны и защиты прав на объекты интеллектуальной собственности. Ответственность за нарушение прав на объекты интеллектуальной собственности. Меры по защите прав на объекты интеллектуальной собственности. Интеллектуальная собственность в профессиональной деятельности специалиста, руководителя.

Противодействие коррупции и предупреждение коррупционных рисков в профессиональной деятельности

Правовые основы государственной политики в сфере борьбы с коррупцией. Общая характеристика коррупции в системе общественных отношений. Виды и формы коррупции. Причины и условия распространения коррупции, ее негативные социальные последствия. Общая характеристика механизма коррупционного поведения и его основных элементов. Субъекты правонарушений, создающих условия для коррупции, и коррупционных правонарушений. Коррупционные преступления. Основные задачи в сфере противодействия коррупции. Система мер предупредительного характера. Способы и критерии выявления коррупции. Формирование нравственного поведения личности. Коррупционные риски. Общественно опасные последствия коррупционных преступлений. Субъекты коррупционных правонарушений. Международное сотрудничество в сфере противодействия коррупции.

Охрана труда в профессиональной деятельности

Основные принципы и направления государственной политики в области охраны труда. Законодательство об охране труда. Организация государственного управления охраной труда, контроля (надзора) за соблюдением законодательства об охране труда. Ответственность за нарушение законодательства об охране труда. Основные понятия о системе управления охраной труда в организации. Структура системы управления охраной труда в организации. Обучение и проверка знаний по вопросам охраны труда. Условия труда и производственный травматизм. Анализ и учет несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний. Производственный микроклимат, освещение производственных помещений. Защита работающих от шума, вибрации, ультразвука и иных факторов. Требования электробезопасности. Первичные средства пожаротушения. Особенности охраны труда в профессиональной деятельности;

18.2. компонента учреждения образования:

Этика и психология делового общения

Общение как психологическая и этическая проблема. Профилактика эмоционального выгорания в профессиональной деятельности. Служебный этикет. Имидж делового человека и пути его формирования. Этические нормы международного бизнеса, этические кодексы и программы корпораций и организаций, этические руководства для маркетинга и продвижения продаж, этикет в международном экономическом сотрудничестве. Принципы и правила делового этикета различных стран.

Национальная экономика Беларуси

Научные основы национальной экономики. Экономическая роль государства в Республике Беларусь. Национальная экономика и экономическая безопасность. Государственные приоритеты Республики Беларусь во внешнеэкономической деятельности. Экономические интеграционные объединения. Свободные экономические зоны. Развитие Таможенного союза и создание Единого экономического пространства. Проблемы и перспективы вступления в ВТО.

Основы статистики

Предмет, методы, задачи и система показателей статистики. Статистическое наблюдение. Выборочное наблюдение. Сводка и группировка статистических данных. Величины статистики. Статистические распределения и их основные характеристики. Индексы и их использование в экономических исследованиях. Ряды динамики. Корреляционная связь и ее статистическое изучение.

Маркетинг и ценовая политика на внешних рынках

Концептуальные основы маркетинга. Товарная политика на внешних рынках. Продвижение товара. Ценовая политика. Управление маркетингом. Теоретические и методологические основы ценовой политики на внешних рынках. Методология внутреннего ценообразования в зарубежных странах. Особенности формирования цен на конкурентных мировых рынках. Ценовая регламентация в международной торговле. Ценовая политика при заключении внешнеторгового контракта. Ценовая политика на основных международных рынках товаров и услуг.

Налоги и налогообложение

Сущность налогов, их функции. Элементы налогообложения. Принципы налогообложения. Классификация налогов. Налоговая система. Субъекты налоговых правоотношений. Налоговый учет. Налоговый контроль. Налоги и отчисления, относимые на затраты по производству и реализации продукции, товаров, работ, услуг. Налоги, включаемые в выручку от реализации продукции, товаров, работ, услуг. Налоги, уплачиваемые из прибыли. Налоги, удерживаемые из заработной платы. Особые режимы налогообложения. Налоговые правонарушения, ответственность за их совершение.

Менеджмент

Управление как вид деятельности. Социально-экономические основы менеджмента. Содержание менеджмента. Успешный менеджмент. Организация как объект управления. Виды организаций, с точки зрения менеджмента. Характерные черты производственно-коммерческой организации. Характеристика современных организаций. Планирование в менеджменте. Цель, содержание и результаты выполнения функции планирования. Стратегическое планирование и управление. Оценка и анализ внешней и внутренней среды организации. Оценка выполнения планов. Организация как функция менеджмента. Основные функции управления организацией. Делегирование в управлении. Департаментализация в управлении. Организационные нормы. Централизация и децентрализация функций и принятия решений в организации. Мотивация в системе менеджмента. Потребности, мотивы, стимулы, вознаграждения. Содержательная и процессуальная теории мотивации. Реализация мотивации в организации. Контроль как функция менеджмента. Процесс принятия решений. Коммуникации в менеджменте. Виды контроля в менеджменте. Этапы процесса контроля. Стили лидерства.

Бухгалтерский учет

Предмет и метод бухгалтерского учета. Бухгалтерский баланс. Счета бухгалтерского учета и двойная запись. Классификация счетов бухгалтерского учета. Документирование хозяйственных операций и бухгалтерская отчетность. Учет денежных средств. Учет основных средств и нематериальных активов. Учет оплаты труда и расчетов с персоналом. Учет затрат на производство продукции, выполнение работ, оказание услуг. Учет готовой продукции и ее реализации. Учет финансовых результатов. Особенности бухгалтерского учета во внешнеэкономической деятельности.

Экономика организации

Предмет данной учебной дисциплины. Организация и ее внешняя среда. Производственные ресурсы и эффективность их использования. Основные средства организации.оборотные средства организации. Интеллектуальный капитал организации и управление им. Себестоимость продукции. Конкурентоспособность как основа стабильного развития организации. Финансы организации и инвестиционная деятельность. Планирование деятельности организации. Функционирование организации. Формы и методы хозяйственной деятельности организации. Развитие организации. Результативность деятельности.

Международная торговля товарами, услугами и объектами интеллектуальной собственности

Международная торговля и ее основные показатели. Сущность категории «товар», «услуга», «объект интеллектуальной собственности». Теории международной торговли. Развитие и структура международной торговли. Торговля товарами, услугами и объектами интеллектуальной собственности и ее место в международных экономических отношениях. Специфика рынка товаров, услуг, объектов интеллектуальной собственности и его регулирование на международном уровне. Динамика и тенденции развития экспорта и импорта товаров, услуг и объектов интеллектуальной собственности на мировом рынке. Основные показатели и особенности международной торговли сырьевыми товарами, готовой продукцией, отдельными видами услуг и объектами интеллектуальной собственности. Содержание, инструменты, механизмы реализации внешнеторговой политики. Особенности внешнеторговой политики в современных условиях. Многостороннее регулирование международной торговли. Система международных

специализированных межправительственных экономических организаций, осуществляющих регулирование в области торговли, услуг, объектов интеллектуальной собственности. Особенности развития торговли товарами, услугами и объектами интеллектуальной собственности Республики Беларусь.

Прямые иностранные инвестиции и внешняя торговля

Международная миграция капитала: понятие, причины, формы (классификация), особенности и тенденции. Прямые иностранные инвестиции: сущность, функции в мировой экономике, их роль в странах-донорах и странах-реципиентах. Позитивные и негативные эффекты прямых иностранных инвестиций для стран-реципиентов. Прямые иностранные инвестиции как стратегия транснационализации. Динамика прямых иностранных инвестиций. Географическая и отраслевая структуры прямых иностранных инвестиций. Методы государственного регулирования прямых иностранных инвестиций. Теории прямых иностранных инвестиций. Мотивы и формы прямых иностранных инвестиций. Система отношений прямых иностранных инвестиций. Роль международных компаний в международном движении капитала. Внешняя и внутрифирменная торговля транснациональных компаний. Цепочка создания стоимости объектов внешней торговли транснациональными компаниями и ее отраслевые особенности. Трансфертное ценообразование и международная торговля. Регулирование трансфертного ценообразования. Портфельные инвестиции. Миграция ссудного капитала. Рынок международного кредита. Международный рынок ценных бумаг. Внешнеинвестиционная политика. Оценка инвестиционного климата в Республике Беларусь и разработка направлений по его совершенствованию. Динамика притока зарубежных капиталовложений. Стратегия привлечения прямых иностранных инвестиций в Республику Беларусь.

Международная торговля и внешнеторговая политика в рамках Всемирной торговой организации

Особенности международной торговли и внешнеторговой политики в рамках ВТО. Эволюция, структура, базовые принципы ВТО. Порядок присоединения и тенденции развития международной многосторонней торговой системы ВТО. Особенности тарифных и нетарифных мер регулирования внешней торговли и региональных торговых соглашений в ВТО. Правила ВТО в рамках ГАТС, Соглашения ВТО по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности от 15 апреля 1994 года. Режим наибольшего благоприятствования. Определение и сущность принципа наибольшего благоприятствования. Формы наибольшего благоприятствования. Объем принципа наибольшего благоприятствования. Возникновение, приостановление, прекращение прав на пользование режимом наибольшего благоприятствования. Изъятия из принципа наибольшего благоприятствования. Соотношение принципа наибольшего благоприятствования с другими международными принципами. Регионализм в международной торговле. Преференциальные соглашения. Прямые капиталовложения.

Международная конкуренция и конкурентоспособность

Международная конкуренция: понятие, теоретические основы, современные особенности. Конкурентный потенциал, конкурентные преимущества, конкурентоспособность экономики (организации, отрасли). Факторы конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности страны. Индексы конкурентоспособности (Global Competitiveness Report; World Competitiveness Yearbook). Проблема конкурентоспособности в условиях малой открытой экономики. Конкурентоспособность экономики Республики Беларусь. Конкурентная политика государства в условиях глобализации и региональной интеграции. Конкурентная политика Республики Беларусь. Конкурентное преимущество организаций в глобальных масштабах. Конкурентная стратегия. Национальные условия в конкуренции. Условия для конкурентного преимущества страны. Условия спроса. Стратегия, структура конкурентоспособности и соперничество организаций. Роль органов государственного управления в международной конкуренции. Детерминанты конкурентоспособности.

Платежный баланс

Принципы построения и система показателей платежного баланса. Информационное обеспечение платежного баланса. Периодичность, сроки разработки и распространения данных платежного баланса. Взаимосвязи показателей платежного баланса и макроэкономических показателей. Системы национальных счетов. Основные методы регулирования дефицита платежного баланса. Современные проблемы формирования основ внешнеэкономической политики с учетом состояния платежного баланса. Платежный баланс Республики Беларусь. Институциональные секторы. Классификация активов и обязательств. Функциональные категории. Счета товаров и услуг, первичных и вторичных доходов, операций с капиталом. Финансовый счет.

Внешнеторговая политика Евразийского экономического союза

Международная экономическая интеграция в условиях глобализации мировой экономики (особенности и современные тенденции). ЕАЭС: эволюция интеграционного объединения, цели, направления и институты, особенности и динамика международной интеграции. Экономика ЕАЭС. Органы управления ЕАЭС. Таможенно-тарифное и налоговое регулирование внешней торговли ЕАЭС. Таможенная стоимость. Единый таможенный тариф ЕАЭС. Тарифные льготы. Тарифные квоты. Единая система тарифных преференций. Полномочия комиссии по вопросам таможенно-тарифного регулирования. Специальные защитные, антидемпинговые и компенсационные меры. Взаимодействие с экономическими операторами. Мониторинг и анализ рынка. Нетарифное регулирование внешней торговли ЕАЭС. Запрет ввоза и (или) вывоза товаров. Количественные ограничения ввоза и (или) вывоза товаров. Исключительное право на экспорт и (или) импорт товаров. Автоматическое лицензирование (наблюдение) экспорта и (или) импорта товаров. Разрешительный порядок ввоза и (или) вывоза товаров. Введение мер нетарифного регулирования в одностороннем порядке. Техническое регулирование. Лицензирование. Ветеринарно-санитарные меры, карантинные фитосанитарные меры. Особенности развития и регулирования внешней торговли внутри ЕАЭС и со странами СНГ. Единое экономическое пространство ЕАЭС. Регулирование внешней торговли стран ЕАЭС в рамках соглашений со странами вне СНГ и интеграционными объединениями.

19. Настоящим образовательным стандартом стажировка не предусмотрена.

ГЛАВА 4

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСНОВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЛИЦ, ПОСТУПАЮЩИХ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ, ФОРМАМ И СРОКАМ ПОЛУЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

20. К приему (зачислению) по специальности переподготовки с присвоением квалификации «Специалист по внешнеторговому сотрудничеству» допускаются лица, имеющие высшее образование, а также студенты, курсанты, слушатели последних двух курсов, получающие в очной форме первое общее высшее образование или специальное высшее образование, по специальностям, указанным в приложении 1 к постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 1 сентября 2022 г. № 574 «О вопросах организации образовательного процесса».

21. Для получения дополнительного образования взрослых по специальности переподготовки предусматриваются очная (дневная), очная (вечерняя), заочная и дистанционная формы получения образования.

22. При освоении содержания образовательной программы устанавливаются следующие сроки получения образования:

- 9 месяцев в очной (дневной) форме получения образования;
- 11 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования;
- 14 месяцев в дистанционной форме получения образования;
- 18 месяцев в заочной форме получения образования.

ГЛАВА 5
ТРЕБОВАНИЯ К МАКСИМАЛЬНОМУ ОБЪЕМУ УЧЕБНОЙ НАГРУЗКИ
СЛУШАТЕЛЕЙ, ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА
И ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

23. Максимальный объем учебной нагрузки слушателей не должен превышать:

12 учебных часов в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования, если совмещаются в этот день аудиторные занятия и самостоятельная работа слушателей;

10 учебных часов аудиторных занятий в день в очной (дневной) или заочной форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

10 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (дневной) форме получения образования, без совмещения с аудиторными занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторных занятий в день в очной (вечерней) форме получения образования без совмещения с самостоятельной работой в этот день;

6 учебных часов самостоятельной работы слушателей в день в очной (вечерней) или заочной форме получения образования без совмещения с аудиторными занятиями в этот день;

6 учебных часов аудиторных занятий, самостоятельной работы или совмещения аудиторной и самостоятельной работы в день в дистанционной форме получения образования.

24. Формой итоговой аттестации является государственный экзамен по учебной дисциплине, модулю «Международная торговля и внешнеторговая политика в рамках Всемирной торговой организации» или защита дипломной работы, трудоемкость которой составляет 1 зачетную единицу (кредит).