

УТВЕРЖДЕНО
Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь

24.12.2014 № 198

Образовательный стандарт среднего специального образования
по специальности 2-26 02 03 Маркетинг

СРЕДНЕЕ СПЕЦИАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

**Специальность 2-26 02 03
МАРКЕТИНГ**

**Квалификация
ЭКОНОМИСТ ПО МАРКЕТИНГУ**

СЯРЭДНЯЯ СПЕЦЫЯЛЬНАЯ АДУКАЦЫЯ

**Спецыяльнасць 2-26 02 03
МАРКЕТЫНГ**

**Кваліфікацыя
ЭКАНАМІСТ ПА МАРКЕТЫНГУ**

SECONDARY SPECIAL EDUCATION

**SPECIALITY 2-26 02 03
MARKETING**

**Qualification
MARKETING EXECUTIVE**

УДК 339.138(083.74)

Ключевые слова: анализ, качество, маркетинг, менеджмент, образовательный стандарт, планирование, прогнозирование, реклама, рынок, товар, финансы, ценообразование, экономика

МКС 03.180; 03.100.10

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН учреждением образования «Республиканский институт профессионального образования»

ИСПОЛНИТЕЛИ:

Ильин М.В., доц., канд. пед. наук (руководитель);

Петрова А.Н.;

Броновицкая Л.В.;

Карпек О.И., доц., канд. экон. наук;

Полещук И.И., проф., д-р экон. наук;

Таланова В.В.;

Ходоренко О.Л.;

Шушлябина В.М.

ВНЕСЕН управлением профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

2 УТВЕРЖДЕН постановлением Министерства образования
Республики Беларусь от 24.12.2014 № 198

3 ВВЕДЕН ВЗАМЕН РД РБ 02100.4.068-2005

СОДЕРЖАНИЕ

1	Область применения	1
2	Нормативные ссылки	2
3	Термины и определения	2
4	Общие положения	4
	4.1 Общая характеристика специальности	
	4.2 Квалификация выпускника	
	4.3 Требования к уровню основного образования лиц, поступающих для получения среднего специального образования	
	4.4 Требования к формам получения среднего специального образования	
	4.5 Требования к срокам получения среднего специального образования	
5	Квалификационная характеристика	6
	5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием	
	5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием	
	5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием	
	5.4 Профессиональные функции специалиста со средним специальным образованием	
	5.5 Средства профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием	
6	Требования к уровню подготовки выпускника	7
	6.1 Общие требования	
	6.2 Требования к психическим и психофизиологическим профессионально значимым свойствам личности	
	6.3 Требования к социально-личностным компетенциям	
	6.4 Требования к профессиональным компетенциям	
7	Требования к образовательной программе и ее реализации	10
	7.1 Состав образовательной программы	
	7.2 Требования к научно-методическому обеспечению образовательной программы	
	7.3 Требования к содержанию учебно-программной документации	
	7.4 Требования к организации образовательного процесса	
	7.5 Требования к срокам реализации образовательной программы	
	7.6 Перечень компонентов и циклов типового учебного плана по специальности	
	7.7 Требования к компетенциям по компонентам, циклам, областям знаний	
	7.8 Требования к содержанию и организации практики	
8	Требования к организации воспитательной работы	30
9	Требования к итоговой аттестации учащихся	30
10	Требования к ресурсному обеспечению образовательной программы	31
	10.1 Требования к кадровому обеспечению	
	10.2 Требования к материально-техническому обеспечению	
	Приложение А Библиография	32

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

СРЕДНЕЕ СПЕЦИАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Специальность 2-26 02 03

МАРКЕТИНГ

Квалификация

ЭКОНОМИСТ ПО МАРКЕТИНГУ

СРЕДНЯЯ СПЕЦИАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАНИЕ

Специальность 2-26 02 03

МАРКЕТИНГ

Кваліфікацыя

ЭКАНАМІСТ ПА МАРКЕТЫНГУ

SECONDARY SPECIAL EDUCATION

SPECIALITY 2-26 02 03

MARKETING

Qualification

MARKETING EXECUTIVE

Дата введения **2015-01-14**

1 Область применения

Настоящий образовательный стандарт среднего специального образования по специальности 2-26 02 03 «Маркетинг» (далее – стандарт) устанавливает основные требования к содержанию профессиональной деятельности и компетентности специалиста со средним специальным образованием, содержанию учебно-программной документации образовательной программы среднего специального образования, обеспечивающей получение квалификации специалиста со средним специальным образованием, уровню основного образования лиц, поступающих для получения среднего специального образования, вступительным испытаниям, формам и срокам получения среднего специального образования, организации образовательного процесса, объему учебной нагрузки учащихся, уровню подготовки выпускников, итоговой аттестации.

ОС РБ 2-26 02 03-2014

Стандарт применяется при разработке учебно-программной документации, оценке качества среднего специального образования по специальности.

Стандарт обязателен для применения во всех учреждениях образования, которым в соответствии с законодательством предоставлено право осуществлять образовательную деятельность при реализации образовательных программ среднего специального образования, обеспечивающих получение квалификации специалиста со средним специальным образованием по специальности.

2 Нормативные ссылки

В настоящем стандарте использованы ссылки на следующие технические нормативные правовые акты (ТНПА) и иные нормативные правовые акты:

СТБ ИСО 9000-2006 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

ОКРБ 006-2009 Профессии рабочих и должности служащих

ОКРБ 011-2009 Специальности и квалификации

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применяются следующие термины с соответствующими определениями:

Анализ – метод научного исследования (познания) явлений и процессов, в основе которого лежит изучение составных частей, элементов изучаемой системы [1].

Вид (подвид) профессиональной деятельности – вид (подвид) трудовой деятельности, определяемый специальностью (специализацией), квалификацией (ОКРБ 011).

Качество – степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования (СТБ ИСО 9000).

Качество образования – соответствие образования требованиям образовательного стандарта, учебно-программной документации соответствующей образовательной программы [2].

Квалификация – подготовленность работника к профессиональной деятельности для выполнения работ определенной сложности в рамках специальности, направления специальности (ОКРБ 011).

Конкуренция – состязательная борьба, соперничество между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения

капитала, рынки сбыта, источники сырья; механизм стихийного регулирования пропорций общественного производства [1].

Логистика – управление материально-техническим обеспечением, движением товарно-материальных запасов, информационными потоками, логистической цепью применительно к производственным, управляющим автоматизированным системам [1].

Маркетинг – система управления предприятием, производственной и сбытовой деятельностью, основанная на комплексном анализе совокупности процессов, происходящих на рынке, и направленная на решение проблемы прибыльной реализации произведенной продукции или услуг путем целенаправленного формирования спроса на продукцию и услуги [1].

Образовательная программа – совокупность документации, регламентирующей образовательный процесс, и условий, необходимых для получения в соответствии с ожидаемыми результатами определенного уровня основного образования или определенного вида дополнительного образования [2].

Образовательный стандарт – технический нормативный правовой акт, определяющий содержание образовательной программы посредством установления требований к образовательному процессу и результатам освоения ее содержания [2].

Объект профессиональной деятельности – совокупность процессов, предметов, явлений, на которые направлена профессиональная деятельность специалиста.

Планирование – экономический метод управления, выступающий как основное средство использования обществом экономических законов в процессе хозяйствования [1].

Прогнозирование – метод вероятного планирования, в котором предсказание будущего опирается на накопленный опыт и текущие предложения относительного будущего; в системе экспортного маркетинга завершающий этап комплексного изучения внешних рынков, результаты которого экспортеры закладывают в основу программ своей деятельности [1].

Профессиональная функция – логически завершенная структурная часть профессиональной деятельности специалиста, связанная с выполнением им обязанностей, обусловленных особенностями разделения, характера и содержания труда.

Реклама – информация о потребительских свойствах товаров и услуг с целью формирования спроса на них [1].

Рынок – система экономических отношений купли-продажи товаров, в рамках которой формируются спрос, предложение и цена на них [1].

Специальность – вид профессиональной деятельности, требующий определенных знаний, навыков и компетенций, приобретаемых путем обучения и практического опыта, – подсистема группы специальностей (ОКРБ 011).

Спрос – совокупная общественная потребность в различных товарах, складывающаяся из множества конкретных требований потребителей, отличающаяся большим разнообразием и часто меняющаяся; экономическая категория, присущая товарному хозяйству и проявляющаяся в сфере обмена, торговли [1].

Средства профессиональной деятельности – вещественные (машины и оборудование, инструмент и приспособления, производственные здания и сооружения) или невещественные (речь, поведение, интеллектуальные средства, используемые для решения практических и теоретических задач) орудия, с помощью которых человек воздействует на объект труда.

Товар – продукт в вещественной форме, а также работы и услуги, результаты интеллектуальной деятельности, природные богатства, реализуемые на рынке; объект купли-продажи [1].

Финансы – совокупность всех денежных средств, находящихся в распоряжении предприятия, государства, а также система их формирования, распределения и использования [1].

Ценообразование – процесс формирования цен и систем цен в целом [1].

4 Общие положения

4.1 Общая характеристика специальности

Специальность 2-26 02 03 «Маркетинг» в соответствии с ОКРБ 011 относится к профилю образования «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и организация производства», направлению образования «Управление», группе специальностей «Бизнес-управление».

4.2 Квалификация выпускника

Образовательный процесс, организованный в целях освоения учащимися содержания образовательной программы среднего специального образования, обеспечивает получение квалификации «**Экономист по маркетингу**» (ОКРБ 006).

4.3 Требования к уровню основного образования лиц, поступающих для получения среднего специального образования

4.3.1 В учреждение образования для получения среднего специального образования в дневной форме получения образования принимаются лица, которые имеют общее базовое образование, общее среднее образование или профессионально-техническое образование с общим средним образованием; в вечерней или заочной форме получения образования – лица, которые имеют общее среднее образование или профессионально-техническое образование с общим средним образованием, подтвержденное соответствующим документом об образовании.

4.3.2 Условия приема на обучение устанавливаются в соответствии с правилами приема лиц для получения среднего специального образования.

4.4 Требования к формам получения среднего специального образования

Обучение по специальности осуществляется в очной (дневная, вечерняя) и заочной формах получения образования.

4.5 Требования к срокам получения среднего специального образования

Срок получения среднего специального образования по специальности в дневной форме получения образования составляет: на основе общего базового образования – 2 года 10 месяцев, на основе общего среднего образования – 1 год 10 месяцев.

Срок получения среднего специального образования по специальности на основе профессионально-технического образования с общим средним образованием составляет от одного года до трех лет.

Срок получения среднего специального образования по специальности при освоении содержания образовательной программы, предусматривающей повышенный уровень изучения учебных дисциплин, прохождения практики, срок получения среднего специального образования в вечерней или заочной форме получения образования определяются сроком получения среднего специального образования в дневной форме получения образования и увеличиваются не более чем на один год.

5 Квалификационная характеристика

5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием

Сферой профессиональной деятельности экономиста по маркетингу по специальности являются организации различных организационно-правовых форм, их структурные подразделения.

5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием

Объектом профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием по специальности является организационно-управленческая и рыночная деятельность организаций (структурных подразделений) различных форм собственности в отраслях народного хозяйства.

5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием

Экономист по маркетингу должен быть компетентным в следующих видах профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- организационно-коммерческая;
- планово-учетная;
- аналитико-статистическая;
- коммуникативная.

5.4 Профессиональные функции специалиста со средним специальным образованием

Экономист по маркетингу должен быть компетентным в выполнении следующих профессиональных функций:

- сбор и обработка информации, участие в анализе и систематизации информации по проблемам маркетинговых исследований;
- изучение рынка товаров и услуг конкурентов;
- участие в подготовке предложений по изменению товарного ассортимента;
- маркетинговая деятельность по разработке новых товаров;
- подготовка предложений по повышению качества и улучшению потребительских свойств товаров и услуг;
- участие в разработке программ по формированию спроса и стимулированию сбыта;

- подготовка предложений по разработке цен и осуществлению ценовой политики;
- разработка и осуществление мероприятия сбытовой политики;
- участие в проведении мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции, формированию потенциального спроса на выпускаемую новую продукцию;
- участие в подготовке исходных данных и составление оперативной, статистической и бухгалтерской отчетности;
- контроль выполнения финансовых показателей, расчетов с поставщиками, своевременности поступления денежных средств и правильности их использования.

5.5 Средства профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием

Средствами профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием по специальности являются:

- совокупность материально-вещественных ценностей организации;
- нормативные правовые акты и ТНПА, регламентирующие деятельность организации.

6 Требования к уровню подготовки выпускника

6.1 Общие требования

Выпускник должен:

- владеть знаниями и умениями в области общеобразовательных, общепрофессиональных и специальных учебных дисциплин, использовать информационные технологии на уровне, необходимом для осуществления социальной и профессиональной деятельности;
- уметь непрерывно пополнять свои знания, анализировать исторические и современные проблемы социально-экономической и духовной жизни общества, знать идеологию белорусского государства, нравственные и правовые нормы, уметь учитывать их в своей жизнедеятельности;
- владеть государственными языками (белорусским, русским), а также иностранным языком на уровне, необходимом для осуществления профессиональной деятельности, быть готовым к постоянному профессиональному, культурному и физическому самосовершенствованию.

6.2 Требования к психическим и психофизиологическим профессионально значимым свойствам личности

Выпускник должен обладать способностью к сосредоточению, устойчивым вниманием, четким зрительным восприятием, оперативной и моторной памятью.

6.3 Требования к социально-личностным компетенциям

Выпускник должен:

- быть способным к социальному взаимодействию, межличностным коммуникациям;
- уметь работать в коллективе, решать проблемные вопросы, принимать самостоятельные решения;
- быть способным к совершенствованию своей деятельности, повышению квалификации в течение всей жизни;
- соблюдать нормы здорового образа жизни.

6.4 Требования к профессиональным компетенциям

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями по видам деятельности:

организационно-управленческая:

- использовать нормативные правовые акты, регламентирующие профессиональную деятельность специалиста;
- применять формы и методы государственного регулирования бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики государства;
- ориентироваться в вопросах государственного регулирования и механизме формирования цен на продукцию (товары, услуги);
- ориентироваться в вопросах управления финансами в организации, методах их эффективного использования, порядке финансирования хозяйствующих субъектов;
- владеть вопросами организации предпринимательской и коммерческой деятельности;
- использовать технические и электронные средства получения, обработки и передачи информации;
- обеспечивать соблюдение требований по охране труда и пожарной безопасности, охране окружающей среды;
- соблюдать трудовое законодательство;

организационно-коммерческая:

- организовывать учет и контроль за выполнением договорных обязательств в организации и в его структурных подразделениях;

- изучать рынок товаров и услуг конкурентов;
 - осуществлять сбор и обработку информации, участвовать в анализе и систематизации информации по проблемам маркетинговых исследований;
 - участвовать в подготовке предложений по изменению товарного ассортимента;
 - проводить маркетинговую деятельность по разработке новых товаров;
 - участвовать в разработке программ по формированию спроса и стимулированию сбыта;
 - разрабатывать и осуществлять мероприятия сбытовой политики;
 - участвовать в организации и управлении маркетинговыми коммуникациями;
 - оценивать уровень качества продукции и повышения ее конкурентоспособности;
 - готовить предложения по повышению качества и улучшению потребительских свойств товаров и услуг;
 - выбирать методы и формы регулирования предпринимательской и коммерческой деятельности;
 - выбирать методы оценки маркетинговой среды организации, поведения потребителей на рынке, организации товародвижения;
 - выявлять и оценивать предпринимательские риски, разрабатывать меры по их снижению;
 - составлять различные виды договорной документации с учетом специфики товарного ассортимента;
 - определять эффективную форму продажи товаров;
 - оценивать эффективность коммерческой деятельности;
- планово-учетная:**
- осуществлять учет и контроль выполнения плановых заданий по производству и реализации продукции (товаров и услуг) организации и ее структурных подразделений;
 - обеспечивать организацию контроля и анализа финансово-хозяйственной деятельности организации;
 - осуществлять планирование и прогнозирование производственно-хозяйственной деятельности организации и ее структурных подразделений;
 - осуществлять организацию бухгалтерского учета в организации;
 - составлять и заполнять формы бухгалтерской и статистической отчетности;
 - использовать возможности применения вычислительной техники для осуществления технико-экономических расчетов;

аналитико-статистическая:

- осуществлять организацию и проведение статистических наблюдений, обобщать полученные результаты и формулировать аналитические выводы;
- анализировать внутреннюю и внешнюю среду организации, каналы распределения товаров;
- анализировать соблюдение ассортиментной политики организации и обосновывать принятие коммерческих решений по формированию ассортимента;
- участвовать в проведении аналитических расчетов основных показателей хозяйственной деятельности организации;
- оценивать, диагностировать и прогнозировать развитие хозяйственной деятельности организации;
- проводить анализ ценовой стратегии организации;
- рассчитывать цены различными методами и проводить их сравнительный анализ;
- применять основные методы и приемы статистики и рассчитывать основные статистические показатели;
- участвовать в составлении статистической отчетности организации;

коммуникативная:

- использовать экономические, организационно-распорядительные, социально-психологические методы управления первичным коллективом организации или ее структурного подразделения;
- ориентироваться в общих вопросах психологии и этики деловых отношений, поддерживать нормальные служебные взаимоотношения, избегать конфликтных ситуаций, изыскивать пути оптимизации морально-психологического климата в коллективе;
- применять в профессиональной деятельности приемы делового общения;
- поддерживать партнерские взаимоотношения в коллективе, направленные на исполнение обязанностей;
- соблюдать правовые и этические нормы делового общения;
- осуществлять подбор, расстановку и обучение кадров.

7 Требования к образовательной программе и ее реализации

7.1 Состав образовательной программы

Образовательная программа должна включать совокупность документации, регламентирующей образовательный процесс, и условий,

необходимых для получения среднего специального образования, в соответствии с ожидаемыми результатами.

7.2 Требования к научно-методическому обеспечению образовательной программы

Для реализации образовательной программы среднего специального образования на основе стандарта разрабатывается учебно-программная документация, включающая типовые учебные планы по специальности, типовые учебные программы по учебным дисциплинам профессионального компонента, типовые учебные программы по практике.

Порядок организации разработки и утверждения учебно-программной документации установлен Кодексом Республики Беларусь об образовании.

В образовательном процессе используются учебники, учебные пособия и иные учебные издания, утвержденные или допущенные Министерством образования Республики Беларусь, рекомендованные организациями, осуществляющими научно-методическое обеспечение образования.

7.3 Требования к содержанию учебно-программной документации

7.3.1 Типовой учебный план по специальности разрабатывается на основе настоящего стандарта и устанавливает перечень компонентов, циклов, последовательность изучения учебных дисциплин, количество учебных часов, отводимых на их изучение, формы учебных занятий, виды и сроки прохождения практики, формы и сроки проведения итоговой аттестации, минимальное количество обязательных контрольных работ, экзаменов, дифференцированных зачетов применительно к специальности, а также перечень необходимых кабинетов, лабораторий, мастерских и иных учебных объектов.

При реализации образовательной программы среднего специального образования, обеспечивающей получение квалификации специалиста со средним специальным образованием, количество учебных часов, отводимых на учебную и производственную практику, должно составлять не менее 20 процентов от общего количества учебных часов, предусмотренных на профессиональный компонент и компонент «Практика». Присвоение учащемуся квалификации рабочего (служащего) допускается при условии освоения им содержания теоретического и практического обучения в соответствии с типовым учебным планом по специальности и программами профессиональной подготовки рабочих (служащих) по данной профессии.

7.3.2 Наименование учебных дисциплин общеобразовательного компонента, минимальное количество учебных часов, отводимых на их изучение, теоретические, лабораторные и практические занятия определяются Министерством образования Республики Беларусь.

7.3.3 Наименование учебных дисциплин профессионального компонента, количество учебных часов, отводимых на их изучение, теоретические, лабораторные и практические занятия, курсовое проектирование по учебным дисциплинам, виды и сроки прохождения практики, форма и срок проведения итоговой аттестации, минимальное количество обязательных контрольных работ устанавливаются типовым учебным планом по специальности на основе настоящего стандарта и с учетом требований организаций – заказчиков кадров.

Курсовые проекты (курсовые работы) планируются за счет учебных часов, установленных на изучение учебной дисциплины.

7.3.4 При реализации образовательной программы среднего специального образования, обеспечивающей получение квалификации специалиста со средним специальным образованием и интегрированной с образовательными программами профессионально-технического образования, количество учебных часов на изучение учебных дисциплин, виды и сроки прохождения практики, срок проведения итоговой аттестации, количество обязательных контрольных работ устанавливаются при разработке типового учебного плана по специальности с учетом интеграции содержания среднего специального и профессионально-технического образования.

7.3.5 Обязательная учебная нагрузка учащихся в дневной форме получения образования не должна превышать 40 учебных часов в неделю, в вечерней форме – 16 учебных часов.

7.3.6 Использование учебного времени, установленного стандартом на вариативный компонент, планируется при разработке типового учебного плана по специальности.

7.3.7 Дополнительно к обязательной учебной нагрузке в дневной форме получения образования планируются учебные часы на проведение факультативных занятий и консультаций из расчета 2 учебных часа в неделю на весь период теоретического обучения.

Наименование, содержание факультативных занятий, количество учебных часов на их изучение определяются учреждением образования.

7.3.8 В учебных планах по специальности для получения образования в вечерней и заочной формах получения образования не планируются учебные дисциплины «Физическая культура и здоровье», «Допризывная (медицинская) подготовка», факультативные занятия.

В учебном плане по специальности для получения образования в вечерней форме получения образования допускается сокращение количества учебных часов на изучение учебных дисциплин общеобразовательного и профессионального компонентов не более чем на

30 процентов от количества учебных часов, установленных типовым учебным планом по специальности для получения образования в дневной форме получения образования. Дополнительно к обязательной учебной нагрузке в вечерней форме получения образования планируются учебные часы на проведение консультаций из расчета 4 учебных часа в неделю на учебную группу.

В учебном плане по специальности для получения образования в заочной форме получения образования на изучение учебных дисциплин отводится 20–25 процентов времени, установленного типовым учебным планом по специальности для получения образования в дневной форме получения образования. В течение учебного года планируется не более 6 экзаменов, 10 домашних контрольных работ, в том числе не более 2 домашних контрольных работ по одной учебной дисциплине. Учебная практика по закреплению практических умений и навыков по учебной дисциплине проводится в период лабораторно-экзаменационной сессии. Дополнительно к обязательной учебной нагрузке в заочной форме получения образования планируются учебные часы на проведение консультаций из расчета 3 учебных часа в учебный год на каждого учащегося.

Планируемая продолжительность преддипломной практики в заочной и вечерней формах получения образования – 30 календарных дней (4 недели).

7.4 Требования к организации образовательного процесса

7.4.1 Образовательный процесс при реализации образовательной программы среднего специального образования организуется в учреждении образования по учебным годам. Учебный год делится на семестры, которые завершаются экзаменационными (лабораторно-экзаменационными) сессиями.

7.4.2 Продолжительность экзаменационных сессий определяется из расчета 2 экзамена в неделю и не более 4 экзаменов в сессию.

7.4.3 На итоговую аттестацию отводится 2 недели.

7.4.4 Каникулы для учащихся на протяжении учебного года планируются продолжительностью не менее 2 календарных недель, летние каникулы – не менее 6 календарных недель.

7.5 Требования к срокам реализации образовательной программы

Срок получения среднего специального образования в дневной форме получения образования составляет:

– на основе общего базового образования – не менее 147,5 недели, из них не менее 102 недель теоретического обучения, не менее 16 недель

ОС РБ 2-26 02 03-2014

практики, не менее 6 недель на экзаменационные сессии, 2 недели на проведение итоговой аттестации, не менее 18 недель каникул, 3,5 недели резерва;

– на основе общего среднего образования – не менее 95,5 недели, из них не менее 57,5 недели теоретического обучения, не менее 16 недель практики, не менее 4,5 недели на экзаменационные сессии, 2 недели на проведение итоговой аттестации, не менее 10 недель каникул, 5,5 недели резерва.

7.6 Перечень компонентов и циклов типового учебного плана по специальности

Таблица Перечень компонентов и циклов типового учебного плана по специальности

Наименование компонентов, циклов, учебных дисциплин	Примерное распределение учебного времени (учебных часов для 1, 2, 4, 5 компонентов; недель для 3, 6 компонентов) для обучения на основе	
	общего базового образования	общего среднего образования
1. Общеобразовательный компонент		
1.1. Социально-гуманитарный цикл	800	118
1.2. Естественно-математический цикл	754	
1.3. Физическая культура и здоровье	268	188
1.4. Допризывная (медицинская) подготовка	86	
1.5. Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций	22	22
Итого	1930	328
2. Профессиональный компонент		
2.1. Общепрофессиональный цикл	646	646
2.2. Специальный цикл	836	836
2.3. Учебные дисциплины по выбору учреждения образования	260	260
Итого	1742	1742
Всего	3672	2070
3. Вариативный компонент	3,5	5,5
4. Факультативные занятия	204	116
5. Консультации	204	114
6. Компонент «Практика»	16	16
6.1. Учебная	6	6
6.2. Производственная	10	10
6.2.1. Технологическая	6	6
6.2.2. Преддипломная	4	4

7.7 Требования к компетенциям по компонентам, циклам, областям знаний

7.7.1 Общеобразовательный компонент

При освоении содержания образовательной программы среднего специального образования по специальности, обеспечивающей получение квалификации специалиста со средним специальным образованием, на основе общего базового образования обеспечивается получение общего среднего образования.

7.7.2 Профессиональный компонент

Изучение учебных дисциплин профессионального компонента типового учебного плана по специальности создает условия для получения общепрофессиональных, специальных компетенций.

7.7.2.1 Общепрофессиональный цикл

Выпускник должен в области высшей математики и статистики: знать на уровне представления:

- место и роль математики в системе экономических наук;
- основные понятия математического анализа;
- экономико-математические методы и модели для решения экономических задач;
- роль и значение математических методов в экономике на современном этапе;
- государственную систему статистического учета;
- место статистики в системе наук;
- этапы статистических исследований;
- общие правила и принципы статистических исследований и наблюдений;
- основные направления совершенствования статистических показателей;

знать на уровне понимания:

- содержание основных разделов высшей математики;
- методы линейной алгебры и матричного анализа;
- простейшие методы дифференциального и интегрального исчисления;
- понятие о дифференциальных уравнениях и задачах линейного программирования;
- понятие и основные положения теории вероятностей и математической статистики;

ОС РБ 2-26 02 03-2014

– экономико-статистические методы обработки учетно-экономической информации;

– основные группировки, применяемые в статистике;

– величины, используемые в статистике для расчета показателей;

– формы статистической отчетности, порядок и сроки их представления;

уметь:

– использовать простейшие методы дифференциального и интегрального исчисления для решения экономических задач;

– решать дифференциальные уравнения;

– решать задачи по составлению оптимального плана;

– применять положения теории вероятностей для решения задач;

– заполнять статистическую отчетность;

– использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач;

– рассчитывать показатели, характеризующие динамику выпуска продукции, трудовых ресурсов, производительности и оплаты труда, себестоимости, прибыли и рентабельности;

– графически изображать полученные статистические данные.

Выпускник должен в области экономики организации:

знать на уровне представления:

– отраслевую структуру народнохозяйственного комплекса Республики Беларусь;

– основные направления государственной экономической политики;

– основы планирования в организации;

– содержание и структуру бизнес-плана;

знать на уровне понимания:

– организационно-правовые формы организаций и их особенности;

– значение и виды производственных ресурсов организации;

– принципы организации, формы и системы оплаты труда;

– принципы, методы, виды планирования в организации;

– содержание планов экономического и социального развития организации;

– порядок разработки бизнес-планов организации;

– методы расчета нормативов материальных и трудовых затрат, оборотных средств организации;

– сущность и состав издержек производства, прибыли и рентабельности организации;

– структуру цен на продукцию (работы, услуги), виды цен, порядок их формирования;

– виды инвестиций и инноваций;

– методы расчета экономической эффективности производства и инвестиционных проектов;

уметь:

– производить расчет основных технико-экономических показателей деятельности организации;

– определять потребность организации в трудовых ресурсах, основных и оборотных средствах, материальных ресурсах;

– определять затраты организации на производство и реализацию продукции;

– определять тарифные ставки, сдельные расценки, начислять заработную плату работникам организации;

– определять отпускную цену, прибыль и показатели рентабельности организации;

– рассчитывать показатели эффективности хозяйственной деятельности организации, инвестиционных проектов.

Выпускник должен в области бухгалтерского учета:

знать на уровне представления:

– значение бухгалтерского учета в рыночных условиях хозяйствования;

– место и роль бухгалтерского учета в системе экономического управления, его основные задачи;

– предмет бухгалтерского учета и его объекты;

– порядок организации бухгалтерского учета в организации;

знать на уровне понимания:

– нормативные правовые акты Республики Беларусь, регулирующие организацию бухгалтерского учета;

– принципы и порядок учета основных хозяйственных процессов;

– порядок организации документооборота и хранения документов;

– классификацию бухгалтерского учета;

– виды и формы учетных регистров;

– систему счетов бухгалтерского учета и порядок отражения в них хозяйственных операций;

– формы и методы бухгалтерского учета;

уметь:

– составлять корреспонденцию счетов по хозяйственным операциям, производить необходимые расчеты по ним;

– оформлять документы по товарным, расчетно-денежным операциям;

– использовать бухгалтерские документы в процессе осуществления функциональных обязанностей;

– выводить итоги в учетных регистрах;

ОС РБ 2-26 02 03-2014

- применять на практике лицевые счета, балансы, оборотные ведомости, проверочные ведомости;
- заполнять формы бухгалтерской отчетности.

Выпускник должен в области иностранного языка:

знать на уровне представления:

- основные фонетические и грамматические нормы, позволяющие использовать иностранный язык как средство общения;
- базовые речевые нормы, необходимые для делового общения;
- виды и формы деловой корреспонденции на иностранном языке;

знать на уровне понимания:

- минимальный объем слов, позволяющий вести общение на иностранном языке;
- иностранный язык с точки зрения его структурных, лексических и стилистических особенностей;
- структуру и правила составления документов различных типов на иностранном языке;
- правила устного общения и письменной речи на иностранном языке, позволяющие осуществлять языковую коммуникацию;
- технику перевода (со словарем) текстов по тематике профессиональной деятельности;
- требования к оформлению корреспонденции и другой зарубежной документации по классификации международных партнерских контактов;

уметь:

- осуществлять профессиональное общение на иностранном языке;
- употреблять базовые грамматические структуры в речи;
- оформлять корреспонденцию и другую зарубежную документацию на иностранном языке с использованием классификации международных партнерских контактов;
- извлекать необходимую информацию из иностранных источников;
- переводить специальные и социально-политические тексты (со словарем);
- пользоваться словарями разных типов, справочной литературой.

Выпускник должен в области менеджмента:

знать на уровне представления:

- процесс, принципы, цели и задачи управления, систему и методы управления в условиях рынка;
- организацию труда руководителя и специалиста;
- систему оценки эффективности работы организации или ее структурного подразделения;
- этические принципы делового общения;

знать на уровне понимания:

– цикл менеджмента, теорию управления и порядок принятия управленческих решений, организационную структуру управления в организации или в ее структурном подразделении, функции и методы управления организацией и первичным коллективом;

– организационную и производственную структуры организации;

– технические средства управления;

– условия и способы формирования морально-психологического климата;

– формы делового общения в коллективе;

уметь:

– обеспечивать порядок принятия управленческих решений;

– применять в профессиональной деятельности приемы делового общения;

– ориентироваться в общих вопросах психологии и этики деловых отношений, поддерживать нормальные служебные взаимоотношения, избегать конфликтных ситуаций, изыскивать пути оптимизации морально-психологического климата в коллективе;

– осуществлять подбор, расстановку и обучение кадров.

Выпускник должен в области охраны труда:

знать на уровне представления:

– систему стандартов по безопасности труда;

– систему государственного надзора и общественного контроля за безопасностью труда;

знать на уровне понимания:

– нормативную правовую документацию по охране труда, пожарной безопасности, производственной санитарии и гигиене;

– права и обязанности должностных лиц по охране труда;

– систему мероприятий по организации производства и созданию безопасных условий труда в структурном подразделении;

– вредные и (или) опасные производственные факторы, характерные для конкретной отрасли, способы защиты от них;

– основные требования к производственным помещениям и рабочим местам;

– меры пожарной профилактики и технические средства пожаротушения;

уметь:

– организовывать работу по охране труда на рабочих местах;

– осуществлять контроль соблюдения требований по охране труда и пожарной безопасности;

– применять безопасные приемы и методы работы и обучать им работающих;

ОС РБ 2-26 02 03-2014

– пользоваться средствами коллективной и индивидуальной защиты от воздействия вредных и (или) опасных производственных факторов, средствами пожаротушения.

Выпускник должен в области психологии и этики деловых отношений:

знать на уровне представления:

- роль общения и этикета в современном деловом взаимодействии;
- этические принципы делового общения;
- способы эмоциональной саморегуляции;
- систему деловой документации;
- механизмы рыночных коммуникаций;

знать на уровне понимания:

- этические нормы, регулирующие профессиональную деятельность специалиста;
- личностные и групповые психологические факторы, воздействующие на человеческие отношения;
- моральные принципы, нормы и правила делового этикета;
- стили общения;
- конфликты и способы их преодоления в деловом взаимодействии;
- технологию работы с входящими и исходящими документами;
- порядок систематизации документов;
- порядок ведения делопроизводства;

уметь:

- применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- оформлять документацию в соответствии с требованиями документационного обеспечения управления;
- классифицировать информацию для принятия решений.

Выпускник должен в области охраны окружающей среды и энергосбережения:

знать на уровне представления:

- нормативные правовые акты в области охраны окружающей среды и энергосбережения;
- важнейшие экологические проблемы Республики Беларусь;
- основные направления международного сотрудничества в области экологии;
- историю и принципы взаимодействия человека с окружающей средой;
- приоритетные направления энергосбережения в различных сферах хозяйствования;
- вопросы энергосбережения в современном обществе;

знать на уровне понимания:

- источники загрязнения атмосферы, воды, почвы;
- способы уменьшения затрат тепла и энергии;
- критерии оценки качества окружающей среды, пути рационального использования природных и топливно-энергетических ресурсов;
- принципы создания ресурсо- и энергосберегающих технологий;
- принципы действия приборов учета тепла, газа, воды, электроэнергии;

уметь:

- пользоваться источниками информации и пропагандировать принципы энергосбережения и охраны природы;
- рационально организовывать взаимодействие человека с окружающей средой;
- пользоваться приборами по учету тепла, газа, воды, электроэнергии.

7.7.2.2 Специальный цикл

Выпускник должен в области товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационной политики:

знать на уровне представления:

- сущность маркетинга и его значение в рыночной экономике;
- значение информации для маркетинга;
- место и роль товарной политики в комплексе маркетинга, цели, задачи товарной политики;
- значение товарных знаков, упаковки, маркировки и сервиса в товарной политике организации;
- методы управления товарным ассортиментом;
- содержание маркетинговой деятельности на различных этапах жизненного цикла товаров;
- особенности прямого и косвенного сбыта, рыночные структуры, участвующие в политике сбыта;
- модели поведения покупателей при совершении покупок;
- роль ценовой политики в общем комплексе маркетинга, функции цены, формы и способы государственного регулирования цен;
- роль коммуникационной политики в общем комплексе маркетинга;
- средства коммуникаций, этапы политики продвижения товаров;

знать на уровне понимания:

- этапы жизненного цикла товара;
- источники и систему маркетинговой информации;
- сущность маркетинговых исследований, правила и процедуру их проведения;

ОС РБ 2-26 02 03-2014

- цели и задачи исследования рынка, классификацию рынков, параметры рынка;
- маркетинговый подход к разработке новых товаров;
- сущность политики сбыта и факторы, определяющие выбор каналов сбыта;
- системы управления прямым и косвенным сбытом;
- классификацию цен, этапы обоснования цены, методы и стратегию ценообразования;
- разновидности рекламы, основные этапы планирования рекламной деятельности и средства распространения рекламы;
- этапы персональной продажи;
- методы стимулирования сбыта;
- этапы подготовки и проведения мероприятий по связям с общественностью;

уметь:

- разрабатывать план маркетингового исследования;
- проводить сегментацию рынка, рассчитывать его емкость и долю, определять положение организации на рынке;
- определять стадии жизненного цикла товаров, планировать и оптимизировать товарный ассортимент, определять конкурентоспособность товаров;
- рассчитывать и анализировать оценочные показатели новой продукции;
- планировать политику сбыта; выбирать и обосновывать методы и форму сбыта;
- анализировать поведение покупателей при совершении покупок;
- формулировать цели и задачи ценообразования; выбирать и обосновывать методы ценообразования;
- анализировать спрос, оценивать издержки и анализировать цены конкурентов при обосновании цены;
- планировать рекламные кампании, рекламный бюджет, оценивать эффективность рекламы;
- планировать персональную продажу;
- разрабатывать мероприятия по связям с общественностью.

Выпускник должен в области международного и отраслевого маркетинга:

знать на уровне представления:

- сущность международного маркетинга как философии бизнеса;
- задачи маркетинговых исследований внешних рынков;
- специфику товарной, ценовой политики и политики распределения на внешних рынках;

- специфику рекламной политики на мировых рынках;
- особенности промышленного, банковского, туристического маркетинга, маркетинга гостиничного бизнеса, в ремонтно-строительных организациях, аграрном бизнесе;
- механизм работы элементов промышленного маркетинга;
- специфику маркетинга в торговле, страховом бизнесе, ресторанном бизнесе, рекламном бизнесе;
- сущность некоммерческого маркетинга;

знать на уровне понимания:

- отличие международного маркетинга от национального, задачи международного маркетинга;
- среду международного маркетинга и факторы, влияющие на нее;
- особенности сегментирования международного рынка, признаки и критерии сегментации;
- основные виды международных маркетинговых исследований;
- основные стадии процесса проведения международных маркетинговых исследований;
- факторы, влияющие на выбор внешних рынков, способы выхода на внешний рынок;
- основные составляющие международной товарной политики;
- особенности жизненного цикла товаров, упаковки и маркировки на внешних рынках;
- условия поставки товаров на международные рынки;
- прямые методы международных маркетинговых коммуникаций;
- структуру управления международным маркетингом;
- типы международных маркетинговых стратегий;
- планирование и контроль международного маркетинга;
- предмет и объект промышленного маркетинга;
- отличие потребительского рынка от промышленного маркетинга;
- критерии производственного предприятия по закупкам и поставкам;
- политику промышленных закупок;
- модели поведения промышленных покупателей;
- концепции и стратегии промышленного маркетинга;
- способы организации сбытовой сети промышленных организаций;
- организационные структуры организации службы маркетинга в организации;
- особенности спроса и товарного предложения на рынке сельскохозяйственной продукции; особенности конкурентоспособности услуг, оптовой и розничной торговли;
- направления маркетинговой деятельности туристических организаций;

ОС РБ 2-26 02 03-2014

уметь:

- выявлять факторы, определяющие среду международного маркетинга;
- выбирать оптимальные каналы сбыта продукции на основе контроля прибыльности;
- выявлять особенности и анализировать организационные структуры управления международным маркетингом;
- разрабатывать рекламные мероприятия при выходе фирмы на международный рынок;
- определять экономическую эффективность международных торговых сделок;
- формировать ценовую политику организации при выходе на международный рынок;
- оценивать конкурентоспособность продукции на международном рынке;
- разрабатывать международные договоры;
- разрабатывать план международного маркетингового исследования организации;
- проводить сегментацию мирового рынка и осуществлять выбор целевого рынка;
- рассчитывать показатели эффективности стратегии;
- выявлять признаки сегментирования рынка товаров промышленного назначения;
- выбирать промышленных покупателей;
- формировать стратегии промышленного маркетинга;
- оценивать систему сбыта промышленных организаций;
- разрабатывать структуру отдела маркетинга в промышленных организациях;
- разрабатывать стратегии строительных организаций;
- определять способы представления товаров в оптовой и розничной торговле;
- определять новые банковские и страховые услуги;
- сегментировать рынок туристических услуг;
- позиционировать услуги ресторанного бизнеса;
- выбирать целевой рынок гостиничного бизнеса;
- рассчитывать бюджет рекламной кампании и измерять экономические результаты рекламы;
- определять наиболее эффективные способы по продвижению сельскохозяйственной продукции на рынке;
- разрабатывать пресс-релиз некоммерческих организаций.

Выпускник должен в области логистики:

знать на уровне представления:

- цели, задачи и предмет логистики;
- свойства логистических систем;
- основные системы контроля состояния запасов;

знать на уровне понимания:

- основные понятия логистики;
- функции и методы логистики;
- принципы построения логистических систем;
- ключевые вопросы и принципы разработки логистической стратегии организации;
- задачи логистики в области закупок, запасообразования, транспортировки, складирования и реализации;
- принципы построения информационных систем в логистике;
- современные технологии управления информационными потоками;

уметь:

- решать задачи логистической оптиматизации управления материальными потоками, в частности, владеть приемами нормирования товарных запасов;
- определять основные параметры системы контроля состояния запасов;
- принимать решения по размещению складов;
- формулировать требования к транспорту, системам хранения и складской обработки грузов, информационным системам, обеспечивающим продвижение грузов;
- организовывать логистические процессы на складах организаций торговли;
- принимать решения по логистическому сервису.

Выпускник должен в области анализа хозяйственной деятельности:

знать на уровне представления:

- место и роль анализа в системе управления хозяйственной деятельностью организации;
- задачи и источники анализа хозяйственной деятельности;

знать на уровне понимания:

- теоретические основы анализа хозяйственной деятельности, его методы и приемы;
- методику анализа показателей хозяйственной деятельности и финансового положения организации;
- резервы повышения эффективности хозяйствования;

уметь:

- подбирать и систематизировать исходную информацию для проведения анализа;
- рассчитывать показатели, характеризующие динамику выпуска продукции, трудовых ресурсов, производительности и оплаты труда, себестоимости, прибыли и рентабельности, использования трудовых ресурсов;
- анализировать экономические показатели, оценивать результаты аналитических исследований;
- оценивать, диагностировать и прогнозировать развитие хозяйственной деятельности организации;
- разрабатывать рекомендации по оптимальному использованию ресурсов организации.

Выпускник должен в области финансов и ценообразования:

знать на уровне представления:

- систему государственных финансов;
- основные направления финансово-кредитной политики государства;
- основные направления экономического и социального развития организации;
- сущность инвестиций, их значение в ускорении экономического развития;
- порядок разработки и обоснования плановых показателей деятельности организации;
- экономическое содержание цены и ее функции;
- формы государственного регулирования цен;

знать на уровне понимания:

- сущность, функции финансов, их роль в развитии экономики, социальной сферы;
- порядок организации финансовой работы в организациях;
- источники формирования финансовых ресурсов организаций;
- виды и содержание финансовых планов организаций;
- виды инвестиций и инноваций;
- виды и системы цен;
- состав и структуру цен;
- методы ценообразования;

уметь:

- рассчитывать отдельные показатели финансового плана;
- рассчитывать показатели себестоимости, прибыли и рентабельности;
- документально оформлять расчетно-денежные и кредитные операции;

- рассчитывать текущие показатели, характеризующие финансовое положение организаций;
- оценивать финансовое положение организаций, их платежеспособность, финансовую устойчивость, деловую активность;
- проводить анализ ситуаций по определению ценовой стратегии организации;
- рассчитывать цены различными методами и проводить их сравнительный анализ;
- рассчитывать себестоимость и рентабельность продаж;
- рассчитывать цены на товары и услуги.

Выпускник должен в области хозяйственного права:

знать на уровне представления

- принципы и методы хозяйственно-правового регулирования;
- сущность комплексности отрасли хозяйственного права;
- сферы и направления предпринимательской деятельности субъектов хозяйствования;

знать на уровне понимания:

- систему источников хозяйственного права;
- основные понятия хозяйственного права;
- систему и классификацию хозяйственных договоров;
- систему государственных органов, осуществляющих регулирование и контроль деятельности предпринимателей и коммерческих организаций, их задачи и функции;

уметь:

- ориентироваться в системе нормативных правовых актов, регулирующих хозяйственные правоотношения;
- организовывать функционирование субъектов хозяйствования различных организационно-правовых форм в соответствии с законодательством;
- составлять гражданско-правовые договоры.

Выпускник должен в области внешнеэкономической деятельности:

знать на уровне представления:

- понятие и формы внешнеэкономической деятельности организации;
- роль Республики Беларусь в системе международных экономических отношений;
- функции органов управления внешнеэкономической деятельностью на уровне государства в целом и отдельной организации;

знать на уровне понимания:

- содержание тарифных и нетарифных методов государственного регулирования внешнеэкономической деятельности;

ОС РБ 2-26 02 03-2014

- сущность, правовое регулирование и организацию отдельных видов международных (внешнеторговых) коммерческих операций (сделок);
- основы организации перевозок и расчетов во внешнеэкономической деятельности;

уметь:

- составлять внешнеторговый договор с использованием типовых форм и образцов;
- рассчитывать таможенную стоимость товара;
- рассчитывать таможенные платежи и цену внешнеторговой сделки;
- выбирать наиболее эффективный вид транспорта для международной перевозки;
- определять оптимальную форму платежа по внешнеторговой сделке.

Выпускник должен в области информационных технологий:

знать на уровне представления:

- роль и значение современных информационных технологий;
- этапы развития информационных технологий;
- виды информационных ресурсов;
- возможности использования электронных справочников, картотек и программного обеспечения, находящихся на головном компьютере (сервере);
- сетевые технологии обработки информации и методы защиты информации;
- организацию работы локальной сети;
- перспективы развития вычислительных сетей, их топологию;
- перспективы развития аппаратных и программных средств вычислительной техники;

знать на уровне понимания:

- способы представления и технологию обработки, хранения и передачи экономической и деловой информации;
- назначение и функции текстовых редакторов, электронных таблиц и систем управления базами данных;
- работу с программами-архиваторами и антивирусными программами;
- виды и сущность процесса обработки экономической и деловой информации;
- порядок организации и устройство автоматизированных рабочих мест для обработки экономической и деловой информации;
- правила создания комплексных текстовых и презентационных документов;

- принципы создания документооборота на базе средств электронной почты;
 - принципы работы в глобальной сети Интернет;
 - способы и средства защиты экономической и деловой информации;
- уметь:**
- организовывать потоки экономической и деловой информации с помощью компьютерных средств;
 - передавать и получать информацию в локальных и глобальных вычислительных сетях;
 - создавать документы по расчету данных по специальности с использованием электронных таблиц;
 - участвовать в создании презентационных документов;
 - использовать системы управления базами данных для накопления, хранения и поиска информации и электронные таблицы для выполнения вычислений;
 - осуществлять поиск информации в сети Интернет;
 - использовать программы-архиваторы и антивирусные программы;
 - работать на рабочих местах с использованием информационных технологий;
 - пользоваться электронными нормативно-справочными системами, электронной почтой, поисковыми системами Интернет, ресурсами информационных агентств мира, электронными переводчиками.

7.8 Требования к содержанию и организации практики

7.8.1 Практика направлена на закрепление теоретических знаний, умений, обеспечение профессиональной компетентности выпускника в соответствии с квалификацией.

Практика подразделяется на учебную и производственную.

Практика является частью образовательного процесса и может проводиться в ресурсных центрах и иных структурных подразделениях учреждения образования, а также в организациях или на иных объектах по профилю подготовки специалистов.

7.8.2 Учебная практика по закреплению теоретических знаний и приобретению практических умений и навыков в области маркетинга и информационных технологий.

7.8.3 Производственная (технологическая и преддипломная) практика направлена на формирование профессиональной компетентности учащегося и на его подготовку к выполнению профессиональных функций в соответствии с требованиями настоящего стандарта.

7.8.4 Порядок организации учебной и производственной практики определяется положением о практике учащихся, курсантов, осваивающих

содержание образовательных программ среднего специального образования, утверждаемым Правительством Республики Беларусь.

8 Требования к организации воспитательной работы

Целью воспитания является формирование разносторонне развитой, нравственно зрелой, творческой личности учащегося.

Воспитательная работа направлена:

- на формирование гражданственности, патриотизма и национального самосознания на основе государственной идеологии;
- подготовку к самостоятельной жизни и труду;
- формирование нравственной, эстетической и экологической культуры;
- овладение ценностями и навыками здорового образа жизни;
- формирование культуры семейных отношений;
- создание условий для социализации и саморазвития личности учащегося.

Направлениями воспитательной работы являются гражданское, патриотическое, идеологическое, нравственное, эстетическое, гендерное, семейное, экологическое, трудовое и профессиональное воспитание, воспитание культуры здорового образа жизни, культуры самопознания и саморегуляции личности, культуры безопасной жизнедеятельности, культуры быта и досуга.

Выпускник должен проявлять:

- ответственность в выполнении основных социальных ролей (гражданин, патриот, трудящийся, семьянин);
- чувство долга и активную жизненную позицию;
- общественно-политическую активность на основе принципов демократии, справедливости, консолидации, социальной ответственности.

У выпускника должны быть сформированы ценностное отношение к государству и обществу, чувство патриотизма, национальное самосознание, правовая и информационная культура.

9 Требования к итоговой аттестации учащихся

9.1 Итоговая аттестация проводится при завершении освоения учащимися содержания образовательной программы среднего специального образования с целью определения соответствия их компетентности требованиям настоящего стандарта.

9.2 Итоговая аттестация проводится в форме государственного экзамена по специальности.

9.3 Порядок проведения итоговой аттестации учащихся определяется правилами проведения аттестации учащихся, курсантов при освоении содержания образовательных программ среднего специального образования.

9.4 По результатам итоговой аттестации выпускнику присваивается квалификация «**Экономист по маркетингу**» и выдается диплом о среднем специальном образовании.

10 Требования к ресурсному обеспечению образовательной программы

10.1 Требования к кадровому обеспечению

Основные требования, предъявляемые к педагогическим работникам учреждения образования, определяются квалификационными характеристиками, утверждаемыми в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

10.2 Требования к материально-техническому обеспечению

Материально-техническая база учреждения образования должна соответствовать действующим нормативным правовым актам и ТНПА.

Приложение А
(информационное)

Библиография

[1] Словарь современных экономических и правовых терминов / авт.-сост. В.Н. Шимов [и др.] ; под ред. В.Н. Шимова и В.С. Каменкова. Минск : Амалфея, 2002

[2] Кодекс Республики Беларусь об образовании от 13.01.2011 № 243-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 17.01.2011. № 2/1795

Ответственный за выпуск В.М. Шушлябина
Редактор Л.Э. Татьянок
Корректор О.Г. Новик
Компьютерная верстка О.С. Дубойской

Подписано в печать 18.04.2016. Формат 60×84/16.
Гарнитура «Таймс». Бумага офсетная. Ризография.
Усл. печ. л. 2,1. Уч.-изд. л. 1,69. Тираж 4 экз. Заказ 67. Код 16/16.
Издатель и полиграфическое исполнение:
Республиканский институт профессионального образования.
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/245 от 27.03.2014.
Ул. К. Либкнехта, 32, 220004, Минск. Тел.: 226 41 00, 200 43 88.

Отпечатано в Республиканском институте профессионального
образования. Тел. 200 69 45.
