

ПОСТАНОВЛЕНИЕ МИНИСТЕРСТВА ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

8 ноября 2023 г. № 335

**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 9-09-0412-03 «Рекламный менеджмент» (прилагается);

1.2. образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, по специальности 9-09-0412-07 «Экологический менеджмент» (прилагается);

1.3. образовательный стандарт переподготовки руководящих работников и специалистов, имеющих высшее образование, по специальности 9-09-0412-16 «Интернет-маркетинг» (прилагается).

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

Министр

А.И.Иванец

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
08.11.2023 № 335

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РУКОВОДЯЩИХ
РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ
(ОСРБ 9-09-0412-03)**

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

Специальность: 9-09-0412-03 Рекламный менеджмент

Квалификация: Менеджер

**ПЕРАПАДРЫХТОЎКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ
І СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ**

Спецыяльнасць: 9-09-0412-03 Рэкламны менеджмент

Кваліфікацыя: Менеджар

**RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS
HAVING HIGHER EDUCATION**

Speciality: 9-09-0412-03 Advertising management

Qualification: Manager

**ГЛАВА 1
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1. Настоящий образовательный стандарт разрабатывается по специальности 9-09-0412-03 «Рекламный менеджмент», квалификация «Менеджер».

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 9-09-0412-03 «Рекламный менеджмент» (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, Законе Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе», а также следующие термины с соответствующими определениями:

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;

менеджмент – разработка и создание (организация), максимально эффективное использование (управление) и контроль социально-экономических систем;

рекламный менеджмент – вид профессиональной деятельности, основанный на использовании управленческих приемов, принципов, методов, обеспечивающих достижение оптимального результата рекламных кампаний.

ГЛАВА 2 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6. Видами профессиональной деятельности специалиста являются:

организационно-управленческая деятельность;

деятельность по управлению и проведению рекламных мероприятий;

коммуникативная деятельность;

инновационная деятельность в сфере рекламы.

7. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

потребители рекламной продукции;

социально-экономические процессы управления в организациях различных форм собственности;

рекламные технологии и средства;

информационные материалы, ресурсы и потоки;

мультимедийные, печатные и аудиовизуальные средства массовой коммуникации.

8. Функциями профессиональной деятельности специалиста являются:

разработка, внедрение и совершенствование стратегии рекламной деятельности в организации;

планирование и контроль рекламной деятельности организации;

разработка моделей сотрудничества и партнерства в сфере рекламы;

внедрение инновационных технологий в рекламную деятельность организации.

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

определение целей и задач рекламной деятельности организации;

планирование мероприятий по продвижению, позиционированию и перепозиционированию, брендингу объектов рекламирования;

информационное обеспечение принятия управленческих решений в сфере рекламной деятельности организации;
установление целей, разработка и организация проведения рекламных мероприятий;
оценка экономической эффективности рекламной деятельности организации, разработка и проведение мероприятий по повышению ее эффективности;
взаимодействие со средствами массовой информации (далее – СМИ), рекламными агентствами, лидерами мнений, экспертным сообществом в сфере рекламы и иное;
установление и поддержание позитивных отношений с целевой аудиторией;
организация различного рода официальных и неофициальных встреч с деловыми партнерами, рекламных акций, презентаций, конференций и иное;
осуществление исследований по поиску инновационных технологий продвижения производимых продуктов;
внедрение инновационных технологий и инструментов в рекламную деятельность организации.

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 законодательством;

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

БП 4. Уметь комплексно использовать инструменты защиты 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 коррупционных проявлений в коллективе;

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 принципы формирования рекламной стратегии организации;

СП 2. Уметь осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний;

СП 3. Знать методы проведения маркетинговых исследований и интерпретации данных и уметь составлять отчет о проведенном маркетинговом исследовании;

СП 4. Уметь исследовать маркетинговую среду организации;

СП 5. Уметь осуществлять эффективные деловые коммуникации с партнерами, СМИ, рекламными агентствами, лидерами мнений, экспертами и иное;

СП 6. Знать и уметь применять инновационные технологии и инструменты рекламной деятельности;

СП 7. Знать основы графического дизайна;

СП 8. Знать основные теории цвета, законы и принципы композиции;

СП 9. Знать современные пакеты компьютерных программ графики и верстки;

СП 10. Уметь работать с основными программными продуктами информационных технологий: текстовыми, графическими и табличными процессорами, средствами подготовки презентаций;

СП 11. Уметь использовать современные информационные ресурсы и сервисы глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет) в профессиональной деятельности;

СП 12. Знать основные маркетинговые концепции управления;

СП 13. Знать методы продвижения инновационного продукта;

СП 14. Уметь использовать методы, технологии и инструменты маркетинга в профессиональной деятельности;

СП 15. Знать функции управления организацией и их основное содержание;

СП 16. Знать содержание организационных процессов, организационной культуры и основы управления ими;

СП 17. Уметь применять методики управления организационными процессами;

СП 18. Знать принципы рекламной коммуникации в сети Интернет;

СП 19. Знать средства распространения рекламы в сети Интернет;

СП 20. Знать методы рекламного менеджмента и уметь применять их в зависимости от ситуации и специфики объектов управления;

СП 21. Знать цели, задачи и виды рекламных кампаний;

СП 22. Уметь составлять медиаплан и оценивать его эффективность;

СП 23. Знать критерии отбора эффективных рекламных средств;

СП 24. Уметь оценивать эффективность рекламной кампании;

СП 25. Знать основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования;

СП 26. Знать источники информации для составления медиаплана и формирования отчетности о проведенной рекламной кампании;

СП 27. Знать основные методы и психологические механизмы воздействия рекламы на поведение потребителя;

СП 28. Знать сущность креативности в рекламе, виды и функции рекламного креатива;

СП 29. Уметь разрабатывать креативные идеи в сфере рекламы;

СП 30. Уметь использовать эффективные технологии в наружной рекламе, теле- и радиорекламе, рекламе в сети Интернет, газетной и журнальной рекламе, в прямой почтовой рассылке и иных рекламных каналах;

СП 31. Знать особенности технологий распространения рекламной информации в зависимости от видов рекламы;

СП 32. Знать коммуникативные стратегии и тактики, применяемые в рекламе;

СП 33. Уметь анализировать средства, способы и последовательности рекламных воздействий;

СП 34. Уметь осуществлять рациональный выбор рекламных технологий применительно к различным сферам общественной жизни и отраслям экономики;

СП 35. Знать сущность брендинга;

СП 36. Знать составляющие элементы фирменного стиля, их назначение и особенности;

СП 37. Уметь формировать фирменный стиль и имидж организации;

СП 38. Знать и уметь использовать эффективные способы взаимодействия со СМИ;

СП 39. 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 по специальности переподготовки.

ГЛАВА 3 ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

14. Трудоемкость образовательной программы составляет 1006 учебных часов, 35 зачетных единиц (кредитов) при выборе формы итоговой аттестации государственный экзамен, 38 зачетных единиц (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;
- в 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), очной (вечерней), заочной и дистанционной формах получения образования составляет 3 недели. Продолжительность итоговой аттестации – 1 неделя для всех форм получения образования, трудоемкость итоговой аттестации – 1,5 зачетной единицы (кредита).

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 7,2 процента, компонент учреждения образования 92,8 процента, соотношение государственного компонента и компонента учреждения образования 1:12,9.

На компонент учреждения образования отводится 934 учебных часа, трудоемкость составляет 31,5 зачетной единицы (кредитов).

В примерный учебный план по специальности переподготовки включается учебная дисциплина, модуль по выбору учреждения образования.

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. Патентная информация. Патентные исследования. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. Защита прав авторов и правообладателей. Разрешение споров в области интеллектуальной собственности.

Государственное регулирование и управление в сфере охраны 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. Правила антикоррупционного поведения. 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 и система оповещения о пожаре.

Особенности охраны труда в профессиональной деятельности специалиста, руководителя;

18.2. компонента учреждения образования:

Этика и психология делового общения

Структура процесса общения. Виды общения. Особенности построения общения в группе. Психологические механизмы процесса общения. Вербальные и невербальные средства общения. Бизнес и нравственность. Этические ценности делового человека. Формы речевого этикета. Официальные визиты, приемы, презентации. Этика отношений с зарубежными партнерами. Этика управления конфликтами и стрессами. Устные и письменные деловые коммуникации. Специфика, виды и ограничения. Электронная коммуникация: сущность, особенности и функции. Манипуляции в деловом общении, их характеристика. Приемы, стимулирующие общение и создание доверительных отношений. Межкультурные различия в деловой коммуникации. Национальный этикет делового общения.

Графический дизайн

Психология зрительного восприятия. Основные понятия, функции, цели и задачи графического дизайна. Композиция. Свойства и качества композиции. Соподчиненность элементов как средство организации целостности формы. Основы цветоведения. Цветовая композиция: контраст, нюанс, тождество. Шрифтовая грамота. Концепция визуального образа. Образ ситуации и образ предмета. Основы работы с векторной графикой (Corel Draw, Adobe Illustrator). Использование трехмерных эффектов. Основы работы с растровой графикой (Corel Adobe Photoshop). Корректировка цифровых фотографий. Спецэффекты: копирование, перемещение, наложение объектов, их трансформация и ориентация, изменение цветовой палитры, применение фильтров. Графическая композиция. Разработка фирменного стиля. Основные программы верстки. Печать рисунков и создание цветоделений. Шрифт и современная типографика.

Информационные технологии в рекламной деятельности

Использование современных программных средств и информационных технологий в рекламной деятельности. Общие сведения об информационных технологиях в рекламе. Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях. Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием современных компьютерных технологий. Современные графические пакеты, использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, видео фрагментов и анимации. Разработка компьютерных презентаций в PowerPoint, на онлайн-платформе Canva и иное. Использование программы калькуляции электронных таблиц Excel в рекламной деятельности.

Маркетинг

Маркетинг: сущность, функции, принципы. Современные концепции маркетинга. Маркетинговая среда и комплекс маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Исследование рынка. Сегментация рынка. Характеристики сегмента. Стратегии сегментации. Товарная политика. Ценовая политика. Политика распределения. Позиционирование товара на рынке: сущность, задачи и правила позиционирования. Этапы позиционирования. Причины перепозиционирования товара, марки, организации. Маркетинговые коммуникации.

Менеджмент

Современный менеджмент и информационная стадия общественного производства. Основные этапы развития менеджмента. Организация и среда менеджмента. Организационная структура управления. Организационная культура в системе управления организацией. Исследование, проектирование и программирование как современные методы управления. Принятие управленческого решения. Экспертиза и анализ деятельности в практике управления. Личностное развитие менеджера.

Психология рекламы

Психология рекламы как отрасль социальной психологии. Методологические основы психологии рекламы. Реклама как средство психологического воздействия. Личностные факторы, влияющие на восприятие рекламы и поведение потребителя. Психотехнология рекламных средств. Проблема психологической экспертизы рекламы и оценка ее эффективности. Психология продаж рекламных услуг.

Рекламный креатив

Роль креатива в рекламе. Использование креативных технологий как условие успешной деятельности. Творчество в маркетинге и рекламе. Ключевые термины и имена в области рекламного креатива. Закономерность S-образного развития рекламных систем и уровни новизны в рекламной деятельности. Стереотип и инерция мышления в рекламе. Классификация и характеристика креативных методов.

Брендинг

Фирменный стиль как часть маркетинга организации и основа формирования ее имиджа. Составляющие элементы фирменного стиля, их назначение, особенности. Введение элементов фирменного стиля в электронные документы. Торговая марка. Товарный знак. Бренд. Брендинг. Особенности графического построения товарного знака. Разработка фирменного стиля. Франчайзинг.

Связи с общественностью

Процесс коммуникации и его влияние на общественность. Связи с общественностью как процесс. Технологии создания имиджа. Методы исследования в связях с общественностью. Подготовка программ в связях с общественностью. Техники связей с общественностью. Способы взаимодействия со СМИ. Техники связей с общественностью в кризисных ситуациях.

Реклама в сети Интернет

Реклама в сети Интернет, ее цели, задачи, функции, особенности и основные отличия от традиционных форматов рекламы. Особенности взаимодействия пользователя с рекламой в сети Интернет. Типы рекламных кампаний для целей бизнеса (имиджевая, продуктовая, торговая): задачи, аудитория, содержание. Средства распространения рекламы в сети Интернет. Целевая аудитория в сети Интернет. Виды рекламы в сети Интернет. Контекстная реклама. Организация рекламной компании в Google Adwords и Яндекс.Директ. Виды ретаргетинга. Баннерная и тизерная реклама. Видеореклама. Виды и жанры видеорекламы. Средства рекламы по электронной почте: массовые рассылки; адресная почтовая рассылка; индивидуальные письма; почтовая реклама. Основные принципы email-маркетинга. Спам. Продвижение в социальных сетях и блогах. Особенности рекламы инновационных продуктов в сети Интернет.

Медиапланирование

Организация и проведение рекламной кампании в сети Интернет. Содержание медиаплана, источники для составления. Программное обеспечение для медиапланирования. Рекламный бюджет. Оптимизация рекламного бюджета, прогнозирование его доходности. Планирование и управление выводом инновационных товаров (работ, услуг). Управление развитием рекламной деятельности. Управление качеством рекламы. Проблемы, связанные с медиапланированием. Медиацели и медиастратегии. Исследования в медиапланировании. Определение тактических и стратегических целей и задач рекламной кампании. Эффективность рекламной деятельности. Экономическая и коммуникационная эффективность. Способы анализа и оценки эффективности рекламных кампаний.

Рекламные технологии

Общая характеристика рекламных средств и носителей рекламного обращения. Основные принципы выбора средств распространения рекламы. Роль текста в рекламе. Организация работы по составлению текста. Роль и место текста в рекламе при рациональном и эмоциональном подходе. Особенности текста в различных видах рекламы. Слоган и заголовок: типы, функции. Основной текст: общий подход, элементы. Особенности восприятия наружной рекламы, ее достоинства и недостатки. Акты законодательства, регулирующие порядок размещения средств наружной рекламы. Виды (носители) наружной рекламы. Свет и цвет в наружной рекламе. Особенности полиграфии в наружной рекламе. Основные материалы и технологии, используемые в наружной рекламе. Телевизионная реклама: виды, особенности. Размещение телевизионной рекламы в эфире. Стоимостные показатели эффективной рекламы. Рекламные акции: виды, особенности участия в них. Интернет-реклама. Радиореклама: общая характеристика. Особенности и виды радиорекламы. Реклама в печатных изданиях. Реклама в газетах и журналах: общая характеристика, преимущества и недостатки. Реклама в других видах печатной продукции. Использование сувенирной продукции в рекламных целях. Достоинства и недостатки прямой почтовой рассылки, ее использование.

Рекламный менеджмент

Сущность и содержание рекламного менеджмента. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства. Управление отношениями субъектов рекламного рынка. Функции управления рекламной деятельностью. Планирование рекламной деятельности. Организация рекламной деятельности. Координация рекламной деятельности. Контроль в области рекламной деятельности. Управление персоналом в рекламном бизнесе. Управление рекламной кампанией. Рекламные кампании: сущность, цели, задачи. Виды рекламных кампаний. Планирование рекламных кампаний. Принципы создания рекламной стратегии. Оценка эффективности рекламной кампании. Медиапланирование. Проблемы, связанные с медиапланированием. Медиацели и медиастратегии. Исследования в медиапланировании. Содержание медиаплана. Программное обеспечение для медиапланирования. Управление развитием рекламной деятельности. Управление качеством рекламы. Определение стратегических целей и задач рекламной кампании. Управление международной рекламной кампанией. Управление антикризисными ситуациями в рекламной деятельности.

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 «Менеджер» 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:

8,5 месяца в очной (дневной) форме получения образования;

10,5 месяца в очной (дневной) форме получения образования при введении каникул;

- 13,5 месяца в очной (вечерней) форме получения образования;
- 15,5 месяца в очной (вечерней) форме получения образования при введении каникул;
- 14,5 месяца в заочной форме получения образования;
- 16 месяцев в дистанционной 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 «Рекламные технологии», «Рекламный менеджмент» или защита дипломной работы, трудоемкость которой составляет 1,5 зачетной единицы (кредитов).

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
08.11.2023 № 335

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ

(ОСРБ 9-09-0412-07)

**ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ
И СПЕЦИАЛИСТОВ, ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ**
Специальность: 9-09-0412-07 Экологический менеджмент
Квалификация: Менеджер

**ПЕРАПАДРЫХТОЎКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ
І СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ**
Спецыяльнасць: 9-09-0412-07 Экалагічны менеджмент
Кваліфікацыя: Менеджар

**RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS
HAVING HIGHER EDUCATION**
Speciality: 9-09-0412-07 Environmental management
Qualification: Manager

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящий образовательный стандарт разрабатывается по специальности 9-09-0412-07 «Экологический менеджмент», квалификация «Менеджер».

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 9-09-0412-07 «Экологический менеджмент» (далее – специальность переподготовки) относится к профилю образования 04 «Бизнес, управление и право», направлению образования 041 «Бизнес и управление», 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, Законе Республики Беларусь от 26 ноября 1992 г. № 1982-ХІІ «Об охране окружающей среды», а также следующие термины с соответствующими определениями:

«Экологический менеджмент» – наименование специальности переподготовки, предметной областью которой является деятельность, направленная на управление природоохранной деятельностью субъектов хозяйствования с целью достижения ими собственных экологических целей, разработанных в соответствии с экологической политикой организации;

«Менеджер» (в рамках специальности переподготовки) – квалификация специалиста с высшим образованием в области экологического менеджмента.

ГЛАВА 2 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6. Видами профессиональной деятельности специалиста являются:
организационно-управленческая деятельность в организации в области охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов;

деятельность по осуществлению контроля за соблюдением законодательства об охране окружающей среды в организации;

информационно-аналитическая деятельность в организации.

7. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:
окружающая среда и воздействующая на нее производственная деятельность организации;

производственные и технологические процессы;

материальные, энергетические и иные ресурсы организации, деятельность которой оказывает воздействие на окружающую среду;

системы менеджмента окружающей среды организации;

объекты и средства защиты окружающей среды в организации.

8. Функциями профессиональной деятельности специалиста являются:
планирование работы в организации в области природоохранной деятельности;
осуществление анализа законодательства в области обеспечения экологической безопасности и охраны окружающей среды;

осуществление координации функционирования систем менеджмента окружающей среды;

осуществление производственных наблюдений в области охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов в организации;

осуществление оценки воздействия на окружающую среду хозяйственной и иной деятельности организации по существующим методикам.

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

разработка проектов перспективных и текущих планов по охране окружающей среды;

разработка мероприятий по совершенствованию производственно-экологической деятельности организации;

разработка и совершенствование системы менеджмента окружающей среды и природоохранной деятельности организации;

проведение внутреннего экологического аудита в организации;

разработка экологических требований к хозяйственной и иной деятельности организации;

организация, планирование и проведение производственных наблюдений в области охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов в организации;

анализ воздействий планируемой хозяйственной и иной деятельности на компоненты окружающей среды при реализации проектных решений;

разработка экологического раздела проектной документации организации на осуществление хозяйственной и иной деятельности;

организация системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом;

осуществление контроля за соблюдением в организации законодательства об охране окружающей среды;

оценка воздействия на окружающую среду хозяйственной и иной деятельности по существующим методикам;

составление установленной отчетности о выполнении мероприятий по охране окружающей среды;

осуществление контроля за соблюдением в организации актов законодательства в области государственной экологической экспертизы (далее – ГЭЭ), стратегической экологической оценки и оценки воздействия на окружающую среду.

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 законодательством;

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 коррупционных проявлений в коллективе;

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 основные элементы, виды, формы и принципы экономического механизма природопользования;

СП 2. Знать основные методы экономической оценки природных ресурсов;

СП 3. Владеть базовыми теоретическими знаниями об окружающей среде и устойчивом развитии, уметь применять их для решения теоретических и практических задач;

СП 4. Знать основные понятия, принципы, воззрения, составляющие содержание концепции устойчивого развития;

СП 5. Знать результаты воздействия на окружающую среду антропогенной деятельности;

СП 6. Уметь осуществлять мониторинг состояния окружающей среды;

СП 7. Знать проблемы глобального изменения климата;

СП 8. Знать законодательство в области охраны окружающей среды и виды ответственности за нарушение требований;

СП 9. Знать механизмы обеспечения экологической безопасности и уметь применять их на практике;

СП 10. Уметь проектировать и оценивать уровень технологий для целей устойчивого производства и потребления;

СП 11. Знать экономические критерии и методы оценки технологий и уметь применять их в профессиональной деятельности;

СП 12. Знать технологии предотвращения загрязнения и уметь применять их на практике;

СП 13. Знать правовые и экономические механизмы управления ресурсами;

СП 14. Знать стратегии и планы действий по управлению ресурсами и отходами организации;

СП 15. Знать правовые аспекты и принципы комплексного управления отходами;

СП 16. Уметь составлять баланс потребляемых ресурсов и образующихся отходов в организации;

СП 17. Знать цели и задачи экологической политики;

СП 18. Уметь определять экологическую политику организации;

СП 19. Уметь планировать экологическую деятельность в организации;

СП 20. Знать структуру организации и методы управления;

СП 21. Знать сущность и основные понятия менеджмента;

СП 22. Знать основы организации производственного процесса;

СП 23. Уметь применять базовые знания в области менеджмента для анализа практических ситуаций и принятия управленческих решений в экологической деятельности организации;

СП 24. Знать акты законодательства о труде;

СП 25. Знать социально-психологические аспекты менеджмента персонала;

СП 26. Знать типы и причины конфликтов, методы их решения;

СП 27. Знать методологию проведения ГЭЭ;

СП 28. Знать цели, принципы, методы и процедуру проведения оценки воздействия на окружающую среду планируемой хозяйственной и иной деятельности;

СП 29. Уметь осуществлять оценку воздействия на окружающую среду хозяйственной и иной деятельности по соответствующим методикам;

СП 30. Знать процедуру проведения стратегической экологической оценки;

СП 31. Уметь разрабатывать, создавать и поддерживать в рабочем состоянии систему менеджмента окружающей среды в организации;

СП 32. Знать международные стандарты по экологическому менеджменту;

СП 33. Знать систему и порядок осуществления производственных наблюдений в области охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов;

СП 34. Знать современные системы управления различных сфер деятельности организации;

СП 35. Знать системы менеджмента окружающей среды, управления безопасностью труда, управления безопасностью пищевой продукции, управления информационной безопасностью;

СП 36. Владеть методами и процедурами экологического аудита и экологической сертификации;

СП 37. Знать требования в области экологической сертификации и экологического аудита, установленные законодательством;

СП 38. Знать квалификационные требования, предъявляемые к экологическим аудиторам;

СП 39. Уметь выявлять несоответствия, документировать их и разрабатывать план корректирующих мероприятий;

СП 40. Знать основные направления государственной политики в области энергосбережения;

СП 41. Знать экологические аспекты повышения энергоэффективности;

СП 42. Знать содержание, цели, задачи и этапы энергетического аудита и уметь осуществлять энергетическое обследование организации;

СП 43. Знать современные стратегии, технические и организационные методы более чистого производства в организации;

СП 44. Уметь осуществлять экономическую оценку эффективности программ более чистого производства;

СП 45. Знать критерии и процесс конструирования продукции;

СП 46. Знать понятие экологической маркировки продукции, ее типы и принципы;

СП 47. Знать источники промышленных загрязнений окружающей среды и их характеристики;

СП 48. Знать закономерности распространения загрязняющих веществ в окружающей среде;

СП 49. Уметь осуществлять контроль качества окружающей среды;

СП 50. Знать экологические требования, предъявляемые к проектированию производственных процессов, предоставлению услуг и производству продукции;

СП 51. Знать применяемые технические методы и средства защиты окружающей среды от воздействия хозяйственной деятельности организации;

СП 52. Знать современные прикладные методы исследований в области охраны окружающей среды, производственно-экологической деятельности, уметь анализировать и оценивать собранные данные;

СП 53. Знать принципы и методологию установления санитарных норм и правил, гигиенических нормативов;

СП 54. Знать санитарно-эпидемиологические требования и требования гигиенических нормативов, подлежащие соблюдению на всех этапах функционирования организации, включая этап ее проектирования;

СП 55. Знать принципы и методы управления состоянием окружающей среды города.

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 1080 учебных часов, 40,5 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;
- в 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), очной (вечерней), заочной и дистанционной формах получения образования составляет 4 недели. Продолжительность итоговой аттестации – 1 неделя для всех форм получения образования, трудоемкость итоговой аттестации – 1,5 зачетной единицы (кредитов).

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 зачетных 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 1:13,3.

На компонент учреждения образования отводится 1008 учебных часов, трудоемкость составляет 37 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. Информационное право. Правовое регулирование информационных отношений при создании и распространении информации. Основы финансового права.

Развитие государственной системы правовой информации Республики Беларусь. Специализированные интернет-ресурсы для правового обеспечения профессиональной деятельности в области охраны окружающей среды.

Основные акты законодательства, регулирующие профессиональную деятельность специалиста, руководителя и в сфере природоохранной деятельности.

Экологическое право как комплексная отрасль права. Право собственности на природные ресурсы. Правовые основы государственного, производственного и общественного управления природопользованием и охраной окружающей среды. Правовое регулирование использования и охраны земель, недр, вод, растительного мира, лесов, животного мира, особо охраняемых природных территорий, атмосферного воздуха. Контроль в области охраны окружающей среды.

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. Патентная информация. Патентные исследования. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. Защита прав авторов и правообладателей. Разрешение споров в области интеллектуальной собственности.

Государственное регулирование и управление в сфере охраны 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. Правила антикоррупционного поведения. 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 и система оповещения о пожаре.

Особенности охраны труда в профессиональной деятельности специалиста, руководителя;

18.2. компонента учреждения образования:

Экономика природопользования

Процессы природопользования как объекты эколого-экономического анализа и прогнозирования. Виды, формы и принципы природопользования. Основные принципы взаимодействия общества и природы. Устойчивое экономическое развитие. Хозяйственный механизм природопользования и финансирование природоохранной деятельности. Платежи за природопользование. Экономическая оценка природных ресурсов. Эколого-экономическая эффективность. Порядок исчисления экологического налога. Планирование и прогнозирование природоохранной деятельности.

Наука об окружающей среде и устойчивое развитие

Экологическая дилемма в современном мире. Потоки материалов и энергии. Строение экологических систем. Результаты воздействия на окружающую среду человеческой деятельности. Состояние компонентов окружающей среды и управление воздействием на них. Мониторинг состояния окружающей среды. Правовые, экономические, образовательные и этические аспекты охраны окружающей среды. Совершенствование техники и технологии для целей устойчивого производства и потребления. Повестка дня в области устойчивого развития. Цели устойчивого развития.

Изменение климата и экологическая безопасность

Изменение климата как глобальная экологическая проблема. Государственная и международная политика и механизмы борьбы с изменением климата. Международное сотрудничество в области глобального изменения климата. Проблема глобального изменения климата. Глобальное изменение климата и экономическое развитие. Воздействие энергетики на биосферу и проблема антропогенного изменения климата. Проблемы экологической безопасности и пути их решения. Государственное регулирование экологической безопасности. Государственный экологический контроль организации. Законодательство об охране окружающей среды и в области обеспечения экологической безопасности. Ответственность за нарушение требований законодательства об охране окружающей среды и в области обеспечения экологической безопасности. Механизмы обеспечения экологической безопасности. Оценка экологической безопасности.

Основы функционирования технических систем

Место и роль технологии в производстве. Развитие технологий. Техника и технологии. Технологические параметры. Техническая и технологическая документация. Связь технологии, науки и экономики. Проектирование технологий. Оценка уровня технологий. Качество продукции. Экономические критерии и методы оценки технологий. Неэкономические показатели в оценке технологий. Эффективность использования сырья в технологических процессах. Энергия в технологических процессах. Технологии предотвращения загрязнения. Наилучшие доступные техники и технологии.

Менеджмент природных ресурсов и ресурсоэффективность

Материя и ресурсы. Энергоэффективность и использование энергии. Энергосбережение. Правовые и экономические механизмы управления ресурсами.

Ресурсоэффективность. Невозобновимые энергетические ресурсы. Ресурсный потенциал. Стратегии и планы действий по управлению ресурсами и отходами организации. Экономика замкнутого цикла.

Экологическая политика и экологическое планирование

Цели и задачи экологической политики. Хозяйственная деятельность и окружающая среда. Устойчивое развитие как цель государственной политики. Принципы охраны окружающей среды и устойчивого развития. Индикаторы устойчивого развития и охраны окружающей среды. Инструменты экологического улучшения. Планы действий в области охраны окружающей среды. Трансграничные экологические проблемы. Секторальная, местная экологическая политика. Экологическая политика организации.

Производственный менеджмент

Организация как объект менеджмента. Сущность и основные понятия менеджмента. Эффективность работы организации и производительность труда. Виды и формы хозяйствования. Управление организацией: структура, ответственность. Организация анализа эффективности функционирования организации и выработка управленческих решений. Финансовые ресурсы организации. Поток ресурсов и материалов. Проектирование производств, продукции и производственных процессов. Разгосударствление и приватизация. Качество, производительность, работник. Производственная документация. Учет и статистика в организации. Производственная и финансовая отчетность и показатели. Обеспечение конкурентоспособности продукции. Международный маркетинг.

Менеджмент персонала

Стратегия и политика менеджмента персонала организации. Нормативная правовая база менеджмента персонала. Социально-психологические аспекты менеджмента персонала. Типы и причины конфликтов и методы их решения. Социально-психологический климат. Служба персонала и кадровое делопроизводство. Планирование и формирование персонала.

Оценка воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду

Место и роль ГЭЭ и оценки воздействия на окружающую среду в решении экологических проблем. Методология проведения ГЭЭ и оценки воздействия на окружающую среду. Объекты ГЭЭ в соответствии с законодательством. Нормативные правовые акты, регулирующие осуществление оценки воздействия на окружающую среду, ГЭЭ и стратегической экологической оценки. Стратегическая экологическая оценка. Выбор района и места размещения под строительство объектов хозяйственной деятельности. Требования к экологическому обоснованию в предпроектных изысканиях и проектах промышленного и гражданского строительства. Состав и порядок разработки раздела «Охрана окружающей среды» в проектной документации. Экологический паспорт проекта. Принципы оценки воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду. Оценка экологического риска. Методология и процедура проведения оценки воздействия на окружающую среду. Участники процедуры оценки воздействия на окружающую среду. Участие общественности в оценке воздействия на окружающую среду. Оценка воздействия на окружающую среду в трансграничном контексте.

Системы менеджмента окружающей среды и производственных наблюдений в области охраны окружающей среды

Причины и последствия мирового экологического кризиса. История природоохранной деятельности в мире. Оценка состояния окружающей среды. Организация государственного управления природоохранной деятельностью. Природоохранная деятельность в организации. Индикаторы экологической деятельности организации. Цели, задачи, ответственность. Международные стандарты по экологическому менеджменту. Организация и последовательность работ по созданию систем менеджмента окружающей среды в организации. Развитие методов экологического менеджмента организации. Система осуществления производственных наблюдений в области охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов.

Современные системы управления организацией

Управление организацией. Финансовое и кадровое обеспечение деятельности организации. Стандартизация систем управления организацией. Международные стандарты управления организацией ISO и нормативные правовые акты. Система менеджмента качества организации. Система управления окружающей средой. Система управления безопасностью труда. Система управления безопасностью пищевой продукции. Система управления информационной безопасностью. Корпоративная социальная ответственность. Публичная отчетность о результативности функционирования систем управления организацией.

Экологический аудит и экологическая сертификация систем менеджмента окружающей среды

Виды экологического аудита. Внутренний и внешний аудит. Цели, задачи, функции, элементы аудита. Основные принципы, критерии экологического аудита. Содержание экологического аудита организации. Организация и проведение аудита системы менеджмента окружающей среды (системы экологического менеджмента). Квалификационные требования к экологическим аудиторам. Подготовка к аудиту. Проведение аудита. Техника аудита. Выявление несоответствий и их документирование. Разработка плана корректирующих мероприятий. Проверка эффективности проведенных мероприятий. Корректирующие и предупреждающие действия, их роль в совершенствовании системы экологического менеджмента. Документация по аудиту. Оценка соответствия. Проверка со стороны руководства.

Система сертификации в области охраны окружающей среды. Порядок проведения. Документация сертификационного процесса.

Экологическая маркировка. Основные принципы разработки и использования экологической маркировки.

Энергетический менеджмент

Основные направления государственной политики в области энергосбережения. Энергоемкость и энергоэффективность оборудования и технологий. Энергетика, энергосбережение, энергетические ресурсы. Транспорт тепловой и электрической энергии. Вторичные энергоресурсы. Экологические аспекты энергетики. Экономика энергосбережения. Энергосбережение в быту. Энергетическое обследование (энергоаудит) организации. Методология и применение результатов энергетического обследования (энергоаудита) организации.

Стратегии и технологии более чистого производства

Основные цели более чистого производства. История более чистого производства. Понятие ресурсоэффективности. Устойчивое развитие и производство. Методы управления более чистым производством. Минимизация отходов, инвентаризация производственных процессов, модификация. Предотвращение выбросов в источнике их образования. Инициирование программ более чистого производства. Создание системы предотвращения загрязнения в организации. Более чистые технологии в различных сферах потребления ресурсов. Аудит программ более чистого производства. Экономическая оценка эффективности программ более чистого производства.

Экологическое проектирование продукции

Воздействие на окружающую среду при производстве продукции и по окончании срока службы товаров. Современные требования к товарам на рынках сбыта и со стороны потребителей. Критерии и процесс конструирования продукции. Дематериализация. «Зеленые» товары. Увеличение срока эксплуатации товаров. Повторное использование материалов. Оценка жизненного цикла. Расширенная ответственность производителя продукции. Экодизайн.

Технические методы защиты окружающей среды от воздействия хозяйственной деятельности

Источники и характеристика промышленных загрязнений окружающей среды. Методы управления природоохранной деятельностью промышленной организации. Контроль качества окружающей природной среды. Закономерности распространения загрязняющих веществ в атмосфере. Требования актов законодательства по соблюдению

стандартов и нормативов в области охраны окружающей среды, рационального использования природных ресурсов при проектировании, строительстве и эксплуатации новых объектов организации, а также расширении и реконструкции производств. Санитарно-защитная зона организации. Промышленная вентиляция и кондиционирование воздуха. Промышленная и санитарная очистка газовоздушных выбросов. Проектирование установок для очистки воздуха от пыли. Пуск, наладка и испытание систем очистки воздуха. Методы очистки и обезвреживания газовоздушных выбросов. Свойства и классификация сточных вод. Методы очистки и обезвреживания сточных вод. Основное оборудование. Методы и средства защиты от физического загрязнения. Методы снижения загрязнения окружающей среды автотранспортом. Методы снижения загрязнения окружающей среды энергоустановками. Экологический паспорт организации.

Прикладные методы исследований, обработка данных и прогнозирование экологического производства и потребления

Методы прикладных исследований. Анализ и синтез. Статистическая обработка результатов исследований. Системный подход и системный анализ. Географические информационные системы. Решение задач экологического менеджмента с применением методов и средств системного анализа. Методы прогнозирования.

Основы токсикологии промышленных загрязнений

Промышленная токсикология и ее роль на современном этапе. Классификация производственных ядов. Пути поступления ядов и их действие на человека и окружающую среду. Государственное регулирование в области обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения. Принципы и методология гигиенического нормирования. Гигиеническое регламентирование содержания вредных веществ в воздухе рабочей зоны производственных помещений. Оценка состояния воздушной среды жилых и общественных зданий.

Экологический менеджмент в городском хозяйстве

Экологические проблемы городов. Принципы и методы управления состоянием окружающей среды города. Системы управления окружающей средой в городском хозяйстве. Предварительная стратегия и планирование. Внедрение систем управления окружающей средой в городском хозяйстве. Аудит системы управления окружающей средой. Методы охраны окружающей среды городского хозяйства.

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 «Менеджер» 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;
- 16,5 месяца в очной (вечерней) форме получения образования;
- 20 месяцев в заочной форме получения образования;
- 12 месяцев в дистанционной 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 «Оценка воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду», «Системы менеджмента окружающей среды и производственных наблюдений в области охраны окружающей среды», «Экологический аудит и экологическая сертификация систем менеджмента окружающей среды», трудоемкость которой составляет 1,5 зачетной единицы (кредитов).

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
08.11.2023 № 335

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ПЕРЕПОДГОТОВКИ РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ (ОСРБ 9-09-0412-16)

ПЕРЕПОДГОТОВКА РУКОВОДЯЩИХ РАБОТНИКОВ И СПЕЦИАЛИСТОВ, ИМЕЮЩИХ ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Специальность: 9-09-0412-16 Интернет-маркетинг

Квалификация: Специалист по интернет-маркетингу

ПЕРАПАДРЫХОЎКА КІРУЮЧЫХ РАБОТНІКАЎ І СПЕЦЫЯЛІСТАЎ, ЯКІЯ МАЮЦЬ ВЫШЭЙШУЮ АДУКАЦЫЮ

Спецыяльнасць: 9-09-0412-16 Інтэрнет-маркетынг

Кваліфікацыя: Спецыяліст па інтэрнет-маркетынгу

RETRAINING OF EXECUTIVES AND SPECIALISTS HAVING HIGHER EDUCATION

Speciality: 9-09-0412-16 Internet-marketing

Qualification: Internet-marketing specialist

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1. Настоящий образовательный стандарт разрабатывается по специальности 9-09-0412-16 «Интернет-маркетинг», квалификация «Специалист по интернет-маркетингу».

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 9-09-0412-16 «Интернет-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, Законе Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе», а также следующие термины с соответствующими определениями:

веб-аналитика – измерение, сбор, анализ, представление и интерпретация информации о посетителях сайтов с целью их улучшения и оптимизации;

интернет-маркетинг – комплекс мероприятий, осуществляемый современными сетевыми методами и направленный на продвижение торговых марок и продажу товаров, услуг в глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет);

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;

поисковое продвижение сайта – осуществление деятельности по выведению сайта на первые позиции в поисковой выдаче для обеспечения посещаемости сайта потребителями, которые заинтересованы в приобретении товаров, услуг, представленных на данном ресурсе;

«Специалист по интернет-маркетингу» (в рамках специальности переподготовки) – квалификация специалиста, который осуществляет организационно-управленческую, маркетинговую, исследовательскую и аналитическую деятельность по продвижению товаров, услуг, организаций, идей в сети Интернет;

целевая аудитория – конкретная группа потребителей, на которую направлены все маркетинговые коммуникации организации (бренда).

ГЛАВА 2 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6. Видами профессиональной деятельности специалиста являются:
организационно-управленческая деятельность в области интернет-маркетинга;
маркетинговая деятельность в сети Интернет;

аналитическая деятельность в сети Интернет;
инновационная деятельность в сфере продвижения товаров, услуг в сети Интернет.

7. Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

интернет-пользователи;
сайты, веб-приложения, веб-сервисы, используемые при организации маркетинговой деятельности в сети Интернет;
показатели деятельности организации в сети Интернет;
рекламная продукция в сети Интернет;
информационные и рекламные материалы;
размещенные или планируемые к размещению в сети Интернет для продвижения товаров, услуг, компаний;
конъюнктура рынка и общественное мнение;
интернет-аукционы оптовой и розничной торговли.

8. Функциями профессиональной деятельности специалиста являются:

планирование, реализация и координация всех аспектов направлений маркетинговой деятельности организации в сети Интернет;
осуществление сбора, обработки, анализа, представления и интерпретации информации о маркетинговой деятельности организации в сети Интернет;
осуществление продвижение инновационных продуктов в сети Интернет;
осуществление поиска, внедрение инновационных методов работы в области интернет-маркетинга.

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

планирование и осуществление мероприятий по продвижению, позиционированию и перепозиционированию производимых товаров, услуг и идей, брендингу в сети Интернет;
разработка и осуществление маркетинговой стратегии организации в сети Интернет;
информационное обеспечение принятия управленческих решений;
определение, поиск и анализ целевой аудитории организации и производимых ею товаров, услуг и идей;
анализ внешней среды организации (спроса, ценообразования, каналов распределения, общественного мнения) посредством источников и данных сети Интернет;
формирование и осуществление плана маркетинговой деятельности по продвижению инновационных продуктов в сети Интернет;
использование инновационных технологий в маркетинговых исследованиях;
поиск и осуществление инновационных приемов продвижения производимых товаров, услуг, идей, компаний, брендов в сети Интернет;
анализ инновационных технологий и инструментов продвижения.

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 законодательством;

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

БП 4. Уметь комплексно использовать инструменты защиты 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 коррупционных проявлений в коллективе;

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. Уметь проводить маркетинговые исследования в сети Интернет;

СП 2. Знать рыночную конъюнктуру, товарную и ценовую политику организации;

СП 3. Знать мировые тенденции развития интернет-маркетинга;

СП 4. Знать типы сайтов и их возможности как инструмента маркетинга;

СП 5. Знать основы цветоведения и цветовой композиции;

СП 6. Знать принципы построения информационной архитектуры сайта, стилового единства элементов веб-страницы;

СП 7. Уметь работать в основных графических редакторах CorelDRAW, Adobe Photoshop;

СП 8. Знать основы языка разметки документов HTML;

СП 9. Знать принципы работы поисковых систем;

СП 10. Уметь осуществлять комплексный аудит сайта;

СП 11. Уметь разрабатывать оптимальную стратегию продвижения сайта;

СП 12. Знать методы позиционирования и создания идентичности бренда, принципы персонального брендинга;

СП 13. Знать и уметь определять тип рекламной кампании для целей бизнеса, средства распространения рекламы в сети Интернет;

СП 14. Знать принципы планирования, организации и проведения рекламной кампании в сети Интернет;

СП 15. Уметь определять целевую аудиторию организации в сети Интернет;

СП 16. Знать принципы и особенности организации рекламной кампании в Google Adwords и Яндекс.Директ;

СП 17. Уметь настраивать таргетирование и ретаргетирование контекстной рекламы;

СП 18. Уметь проводить анализ эффективности различных рекламных каналов;

СП 19. Знать основные принципы копирайтинга;

СП 20. Знать технологии разработки рекламного обращения и рекламного текста;

СП 21. Знать структуру рекламного текста для сети Интернет;

СП 22. Уметь разрабатывать рекламные тексты для сети Интернет;

СП 23. Знать особенности продвижения брендов в сети Интернет;

СП 24. Знать принципы мониторинга, анализа поведения пользователей социальных медиа и уметь применять на практике;

СП 25. Уметь взаимодействовать с аудиторией в SMM: готовить сообщения, комментировать и обсуждать, обрабатывать комментарии;

СП 26. Уметь составлять медиаплан и выполнять оценку его эффективности в сети Интернет;

СП 27. Знать особенности анализа и оценки рекламной кампании;

СП 28. Уметь оптимизировать рекламные бюджеты, прогнозировать доходность вложений;

СП 29. Знать особенности планирования и управления выводом инновационных товаров, услуг на рынок;

СП 30. Уметь проводить аудит рекламных каналов посредством средств веб-аналитики;

СП 31. Уметь осуществлять мониторинг упоминаний объекта в сети Интернет;

СП 32. Знать принципы и уметь работать с негативными и позитивными отзывами об организации в сети Интернет;

СП 33. Знать и уметь использовать основные инструменты для реализации PR-стратегий в сети Интернет;

СП 34. Уметь проводить поиск и использовать новейшие и инновационные технологии и подходы к управлению репутацией и связями с общественностью в сети Интернет;

СП 35. Определяется по выбору учреждения образования.

13. При разработке образовательной программы на основе настоящего образовательного стандарта БП и СП включаются в набор требуемых результатов освоения содержания образовательной программы по специальности переподготовки.

ГЛАВА 3

ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ УЧЕБНО-ПРОГРАММНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

14. Трудоемкость образовательной программы составляет 1000 учебных часов, 35,5 зачетной единицы (кредитов) при выборе формы итоговой аттестации государственный экзамен, 38,5 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;

в 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), очной (вечерней), заочной и дистанционной формах получения образования составляет 3 недели. Продолжительность итоговой аттестации – 1 неделя для всех форм получения образования, трудоемкость итоговой аттестации – 1,5 зачетной единицы (кредитов).

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 7,2 процента, компонент учреждения образования 92,8 процента, соотношение государственного компонента и компонента учреждения образования 1:12,9.

На компонент учреждения образования отводится 928 учебных часов, трудоемкость составляет 29 зачетных единиц (кредитов).

В примерный учебный план по специальности переподготовки включаются учебные дисциплины, модули по выбору учреждения образования.

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. Патентная информация. Патентные исследования. Введение объектов интеллектуальной собственности в гражданский оборот. Коммерческое использование объектов интеллектуальной собственности. Защита прав авторов и правообладателей. Разрешение споров в области интеллектуальной собственности.

Государственное регулирование и управление в сфере охраны 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. Правила антикоррупционного поведения. 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 и система оповещения о пожаре.

Особенности охраны труда в профессиональной деятельности специалиста, руководителя;

18.2. компонента учреждения образования:

Введение в интернет-маркетинг

Возможности использования сети Интернет для маркетинговых целей. Мировые тенденции развития интернет-маркетинга и особенности его развития в русскоязычной части сети Интернет. Сайт как инструмент поддержки маркетинга и продаж. Классификация сайтов. Типы сайтов в зависимости от целей и задач бизнеса. Посадочная страница, принципы ее построения. Особенности маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

Маркетинг

Понятие маркетинга. Современные концепции маркетинга. Особенности маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности. Маркетинговая среда и комплекс маркетинга. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Цели маркетинговых исследований. Объект и предмет исследования. План маркетингового исследования. Методика маркетинговых исследований. Информация в маркетинговых исследованиях. Виды маркетинговых исследований. Использование инновационных технологий при проведении маркетинговых исследований. Особенности маркетинговых исследований в сети Интернет. Понятие рынка в маркетинге. Исследование рынка. Рыночная конъюнктура. Размер, конфигурация и емкость рынка. Товарная политика. Ценовая политика. Методы ценообразования. Политика распределения. Маркетинговые коммуникации. Сегментация рынка. Сущность потребительского поведения. Процесс принятия решения о закупках. Маркетинговые коммуникации. Сервис в маркетинге. Маркетинг инноваций, особенности продвижения инноваций. Управление маркетингом.

Веб-дизайн

Веб-дизайн: структура и содержание. Композиция сайта. Цветовое оформление сайтов. Роль графики в веб-дизайне. Предпроектный анализ аналогов и прототипов в веб-дизайне. Оформление основных элементов веб-страницы. Стилевое единство элементов

веб-страницы. Современные тенденции в веб-дизайне. Информационная архитектура сайта: логическая и физическая структуры, статичные и динамичные информационные системы. Глобальная навигация. Браузеры. Компьютерная графика и веб-дизайн: CorelDRAW, Adobe Photoshop. Возможности CorelDRAW и Adobe Photoshop для создания основных графических элементов веб-страниц. Технологии создания сайта. Язык HTML. Основы языка разметки документов HTML. Элементы языка HTML: теги для организации текстового контента, изображения, гиперссылки, списки, изображения-карты, фреймы, таблицы, формы. Блочная верстка веб-страниц. Способы подключения CSS к HTML-документу. Основы модели визуального форматирования. Управление расположением элементов веб-страницы. Стили пользовательского интерфейса. Применимость CSS. Вставка текста и графических изображений, создание гиперссылок. Табличный дизайн. Использование шаблонов. Анимация элементов веб-страниц. Работа с формами. Организация навигации с точки зрения удобства пользователя. Организация визуальной иерархии и текстовой информации на сайте. Юзабилити сайта. Понятие юзабилити. Юзабилити-тестирование сайта. Адаптивный веб-дизайн. Проверка кода на валидность. Проблемы кроссбраузерности для HTML и CSS. Основные системы управления контентом (далее – CMS): принципы работы и особенности выбора.

Брендинг в цифровой среде

Современные модели и траектории брендинга. Построение идентичности бренда: сущность бренда, стержневая и расширенная идентичность. Идентичность и пирамида бренда. Критерии и модели эффективного позиционирования брендов в сети Интернет. Инструменты позиционирования бренда в сети Интернет. Система коммуникаций. Привлечение, удержание и лояльность потребителей к бренду. Карта ассоциаций с брендом. Система вербальных и визуальных идентификаторов бренда в сети Интернет. Стратегии интеграции онлайн и оффлайн инструментов брендинга.

Веб-аналитика

Место веб-аналитики в бизнес-процессе компании. Системы веб-статистики: Google Analytics, Яндекс. Метрика, другие системы веб-статистики. Построение структуры данных и аккаунтов систем статистики. Основные аналитические инструменты обработки данных в отчетах. Персонализация отчетности. Построение расширенных сегментов. Комплексные рекламные кампании. Выбор инструментария (отслеживание офлайн и онлайн целевых действий). Тегирование и пометка источников. Аудит каналов и источников трафика. Аудит контекстной рекламы. Аудит иных каналов и источников трафика. Аудит офлайн рекламы. Аудит контента и юзабилити сайта.

Поисковое продвижение и оптимизация сайта

Принципы работы поисковых систем. Общее понятие о поисковом продвижении (SEO). Поисковые роботы – идеология работы и особенности. Фильтры и другие санкции поисковиков. Внутренние, внешние и поведенческие факторы ранжирования. Индексация сайта. Базовая техническая оптимизация сайта. Поисковая оптимизация сайта. Внутренняя перелинковка. Контентная оптимизация сайта. Оптимизация изображений для продвижения. Комплексный аудит сайта. Пригодность CMS для продвижения. Поисковые запросы как отражение актуального интереса пользователя. Семантическое ядро и порядок его формирования и расширения. Принципы классификации поисковых запросов. Информационные, коммерческие, спектральные, витальные запросы. Группировка запросов. Выбор посадочных страниц. Распределение запросов по страницам. Анализ частотности поисковых запросов. Источники формирования семантического ядра. Внешние факторы ранжирования. Работа со ссылочной массой. Привлечение и поиск бесплатных ссылок. Статейное продвижение. Применение санкций к сайту со стороны поисковых систем. Выбор оптимальной стратегии продвижения сайта.

Реклама в сети Интернет

Реклама в сети Интернет, ее цели, задачи, функции. Реклама в сети Интернет: особенности и основные отличия от традиционных форматов рекламы. Особенности взаимодействия пользователя с рекламой в сети Интернет. Роль креатива в интернет-рекламе. Понятие таргетирования рекламы в сети Интернет. Типы рекламных кампаний

для целей бизнеса (имиджевая, продуктовая, торговая): задачи, аудитория, содержание. Средства распространения рекламы в сети Интернет. Целевая аудитория в сети Интернет. Виды рекламы в сети Интернет. Контекстная реклама. Организация рекламной компании в Google Adwords. Рекламная кампания в Яндекс.Директ. Возможности таргетирования и ретаргетирования контекстной рекламы. Поведенческий ретаргетинг. Поисковый ретаргетинг. Социально-демографический таргетинг. Механизмы обеспечения персонализации и релевантности контекстной рекламы. Администрирование и контроль контекстной рекламы. Баннерная и тизерная реклама. Видеореклама. Виды и жанры видеорекламы. Рассылка. Средства рекламы по электронной почте: массовые рассылки; адресная почтовая рассылка; индивидуальные письма; почтовая реклама. Основные принципы e-майл-маркетинга. Спам. Продвижение в социальных сетях и блогах. Особенности рекламы инновационных продуктов в сети Интернет.

Копирайтинг

Характеристика понятия «копирайтинг». История развития копирайтинга. Цели и задачи копирайтинга. Копирайтинг как важная область рекламной деятельности. Основные принципы копирайтинга. Модель AIDA в копирайтинге. Рекламный текст и специфика его создания. Выбор лексики, стиля, типа текста, выразительные и изобразительные средства. Технологии разработки рекламного обращения и рекламного текста. Структура и особенности текстов для сети Интернет. Нейминг: правила создания коммерческого имени. Копирайтинг для корпоративных сайтов и интернет-магазинов. Типичные ошибки при написании текстов для сети Интернет. Критерии и структура продающего текста. Приемы работы с продающим текстом. Типовые ошибки продающих текстов. SEO-копирайтинг. Современные тенденции копирайтинга в сети Интернет.

Продвижение в социальных медиа

Социальные сети и возможности их использования в маркетинге. Социальные сети как источник маркетинговых характеристик аудитории и инструмент таргетирования рекламы. Определение целевой аудитории в социальных сетях. Исследование интересов аудитории. Построение сообществ. Взаимодействие с аудиторией в SMM: подготовка сообщений; комментирование и обсуждение: обработка комментариев; управление контентом. Разработка общей стратегии присутствия в социальных сетях. Разработка системы лояльности. Интеграция социальных сетей в общую маркетинговую стратегию компании.

Связи с общественностью в сети Интернет

Особенности связей с общественностью в сети Интернет. Размещение пресс-релизов на авторитетных ресурсах. Активная реакция на общественную критику, публикация пресс-релизов и обзоров на сайтах. Основные инструменты для реализации PR-стратегий. Планирование и анализ PR-кампаний и PR-мероприятий в сети Интернет. Новейшие и инновационные технологии и практики к PR в сети Интернет. Мониторинг (сбор и аналитика) упоминаний объекта. Работа с негативом. Пресс-релизы и положительные отзывы клиентов, работа с лояльным клиентом.

Медиапланирование

Организация и проведение рекламной кампании в сети Интернет. Содержание медиаплана, источники для составления. Программное обеспечение для медиапланирования. Рекламный бюджет. Оптимизация рекламного бюджета, прогнозирование его доходности. Планирование и управление выводом инновационных товаров, услуг. Управление развитием рекламной деятельности. Управление качеством рекламы. Проблемы, связанные с медиапланированием. Медиацели и медиастратегии. Исследования в медиапланировании. Определение тактических и стратегических целей и задач рекламной кампании. Эффективность рекламной деятельности. Экономическая и коммуникационная эффективность. Способы анализа и оценки эффективности рекламных кампаний.

19. В примерном учебном плане по специальности переподготовки предусмотрена стажировка. Продолжительность стажировки составляет 2 недели, трудоемкость 3 зачетных единицы (кредита).

Стажировка слушателей образовательной программы проводится с целью закрепления и углубления теоретических знаний, полученных при обучении, получения практических навыков и умений, а также с целью их подготовки к самостоятельной профессиональной деятельности по специальности переподготовки.

За время прохождения стажировки слушатели должны ознакомиться с особенностями планирования, проведения, анализа и оценки рекламной кампании либо кампании по поисковому продвижению сайта в сети Интернет, спецификой деятельности специалиста по интернет-маркетингу.

В процессе стажировки слушатели должны приобрести профессиональные навыки, практический опыт по составлению плана рекламной кампании либо мероприятий по поисковому продвижению сайта и выполнять оценку эффективности запланированных мероприятий.

По результатам стажировки слушатели защищают отчет о стажировке.

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 интернет-маркетингу» 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 введении каникул;
- 15 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования;
- 17 месяцев в очной (вечерней) форме получения образования при введении каникул;
- 15 месяцев в заочной форме получения образования;
- 17 месяцев в дистанционной 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 учебным дисциплинам «Маркетинг», «Реклама в сети Интернет» или защита дипломной работы, трудоемкость которой составляет 1,5 зачетной единицы (кредита). Форма итоговой аттестации определяется по выбору учреждения образования.