

ПОСТАНОВЛЕНИЕ МИНИСТЕРСТВА ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
5 июня 2018 г. № 51

**Об утверждении образовательного стандарта среднего
специального образования по специальности 2-26 02 33
«Визуальный мерчендайзинг»**

На основании пункта 3 статьи 189 Кодекса Республики Беларусь об образовании Министерство образования Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Утвердить прилагаемый образовательный стандарт среднего специального образования по специальности 2-26 02 33 «Визуальный мерчендайзинг».

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

Министр

И.В.Карпенко

СОГЛАСОВАНО

Министр антимонопольного
регулирования и торговли
Республики Беларусь

В.В.Колтович

23.05.2018

УТВЕРЖДЕНО

Постановление
Министерства образования
Республики Беларусь
05.06.2018 № 51

Образовательный стандарт среднего специального образования
по специальности 2-26 02 33 «Визуальный мерчендайзинг»

ОС РБ 2-26 02 33-2018

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

СРЕДНЕЕ СПЕЦИАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

**Специальность 2-26 02 33
ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГ**

**Квалификация
СПЕЦИАЛИСТ ПО ВИЗУАЛЬНОМУ МЕРЧЕНДАЙЗИНГУ**

СЯРЭДНЯЯ СПЕЦЫЯЛЬНАЯ АДУКАЦЫЯ

**Специальность 2-26 02 33
ВИЗУАЛЬНЫ МЭРЧЭНДАЙЗІНГ**

**Кваліфікацыя
СПЕЦЫЯЛІСТ ПА ВИЗУАЛЬНАМУ МЭРЧЭНДАЙЗІНГУ**

SECONDARY SPECIAL EDUCATION

Specialty 2-26 02 33
VISUAL MERCHANDISING

Qualification
VISUAL MERCHANDISING SPECIALIST

Министерство образования Республики Беларусь
Минск

УДК 658.6:747.5(083.74)

Ключевые слова: ассортимент, витрина, дизайн, качество, конкурентоспособность, маркетинг, мерчендайзинг, организация, оформительское искусство, планирование, потребитель, реклама, спрос, товароведение, требование, услуга, экономика

МКС 03.180; 03.100.20

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН учреждением образования «Республиканский институт профессионального образования»

ИСПОЛНИТЕЛИ:

Петрова А.Н. (руководитель);

Бычко Е.С.;

Дроздова О.Н.;

Ильин М.В., доц., канд. пед. наук;

Калицкий Э.М., доц., канд. пед. наук;

Таланова В.В.;

Шушлябина В.М.

ВНЕСЕН управлением профессионально-технического и среднего специального образования Министерства образования Республики Беларусь

2 УТВЕРЖДЕН постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 05.06.2018 № 51

3 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

Издан на русском языке

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 Область применения
- 2 Нормативные ссылки
- 3 Термины и определения
- 4 Общие положения
 - 4.1 Общая характеристика специальности
 - 4.2 Квалификация выпускника
 - 4.3 Требования к уровню основного образования лиц, поступающих для получения среднего специального образования
 - 4.4 Требования к формам получения среднего специального образования
 - 4.5 Требования к срокам получения среднего специального образования
- 5 Квалификационная характеристика
 - 5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием
 - 5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста
 - 5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием
 - 5.4. Профессиональные функции специалиста со средним специальным образованием

- 5.5 Средства профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием
 - 6 Требования к уровню подготовки выпускника
 - 6.1 Общие требования
 - 6.2 Требования к психическим и психофизиологическим профессионально значимым свойствам личности
 - 6.3 Требования к социально-личностным компетенциям
 - 6.4. Требования к профессиональным компетенциям
 - 7 Требования к образовательной программе и ее реализации
 - 7.1 Состав образовательной программы
 - 7.2 Требования к научно-методическому обеспечению образовательной программы
 - 7.3 Требования к содержанию учебно-программной документации
 - 7.4 Требования к организации образовательного процесса
 - 7.5 Требования к срокам реализации образовательной программы
 - 7.6 Перечень компонентов и циклов типового учебного плана по специальности
 - 7.7 Требования к компетенциям по компонентам, циклам, областям знаний
 - 7.8 Требования к содержанию и организации практики
 - 8 Требования к организации воспитательной работы
 - 9 Требования к итоговой аттестации учащихся
 - 10 Требования к ресурсному обеспечению образовательной программы
 - 10.1 Требования к кадровому обеспечению
 - 10.2 Требования к материально-техническому обеспечению
- Приложение А Библиография

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

СРЕДНЕЕ СПЕЦИАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

**Специальность 2-26 02 33
ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧЕНДАЙЗИНГ**

**Квалификация
СПЕЦИАЛИСТ ПО ВИЗУАЛЬНОМУ МЕРЧЕНДАЙЗИНГУ**

СЯРЭДНЯЯ СПЕЦЫЯЛЬНАЯ АДУКАЦЫЯ

**Специальность 2-26 02 33
ВИЗУАЛЬНЫ МЭРЧЭНДАЙЗІНГ**

**Кваліфікацыя
СПЕЦЫЯЛІСТ ПА ВИЗУАЛЬНАМУ МЭРЧЭНДАЙЗІНГУ**

SECONDARY SPECIAL EDUCATION

**Specialty 2-26 02 33
VISUAL MERCHANDISING**

**Qualification
VISUAL MERCHANDISING SPECIALIST**

1 Область применения

Настоящий образовательный стандарт среднего специального образования по специальности 2-26 02 33 «Визуальный мерчендайзинг» (далее – стандарт) устанавливает основные требования к содержанию профессиональной деятельности и компетентности специалиста со средним специальным образованием, содержанию учебно-программной

документации образовательной программы среднего специального образования, обеспечивающей получение квалификации специалиста со средним специальным образованием, уровню основного образования лиц, поступающих для получения среднего специального образования, вступительным испытаниям, формам и срокам получения среднего специального образования, организации образовательного процесса, объему учебной нагрузки учащихся, уровню подготовки выпускников, итоговой аттестации.

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

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

2 Нормативные ссылки

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

СТБ 1218-2000 Разработка и постановка продукции на производство. Термины и определения

СТБ ISO 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

ОКРБ 011-2009 Специальности и квалификации

ОКРБ 014-2017 Занятия

ГОСТ 17527-2014 Упаковка. Термины и определения

3 Термины и определения

В настоящем стандарте применяются следующие термины с соответствующими определениями:

Ассортимент товаров – совокупность товаров в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам и иным признакам [1].

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

Витрина – пространство между оконными рамами, застекленный прилавок, шкаф или стенд, используемые для демонстрации товаров, продукции общественного питания [2].

Дизайн – процесс трансформации продукта из идеи в готовое изделие, которое можно производить и продавать на коммерческой основе [3].

Качество образования – соответствие образования требованиям образовательного стандарта, учебно-программной документации соответствующей образовательной программы [4].

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

Компетентность – способность применять знания и навыки для достижения намеченных результатов (СТБ ISO 9000).

Конкуренция – состязательная борьба, соперничество между товаропроизводителями за наиболее выгодные сферы приложения капитала, рынки сбыта, источники сырья; механизм стихийного регулирования пропорций общественного производства [3].

Личность – устойчивая система социально значимых свойств конкретного человека, проявляющихся в его действиях и поведении и характеризующих его как члена общества.

Маркетинг – система управления предприятием, производственной и сбытовой деятельностью, основанная на комплексном анализе совокупности процессов, происходящих на рынке, и направленная на решение проблемы прибыльной реализации произведенной продукции или услуг путем целенаправленного формирования спроса на продукцию и услуги [3].

Материал – исходный предмет труда, используемый для изготовления или обеспечения эксплуатации изделия (СТБ 1218).

Мерчендайзинг – направление в маркетинговых коммуникациях, способствующее стимулированию розничных продаж через привлечение внимания конечных покупателей к определенным маркам или группам товаров в местах продаж без активного участия специального персонала.

Образовательная программа – совокупность документации, регламентирующей образовательный процесс, и условий, необходимых для получения в соответствии с ожидаемыми результатами определенного уровня основного образования или определенного вида дополнительного образования [4].

Образовательный стандарт – технический нормативный правовой акт, определяющий содержание образовательной программы посредством установления требований к образовательному процессу и результатам освоения ее содержания [4].

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

Оформительское искусство – область декоративного искусства: праздничное оформление улиц, площадей, производственных территорий, демонстраций, гуляний и т.д., а также оформление экспозиций, витрин, стендов и т.д. [5].

Планирование – экономический метод управления, выступающий как основное средство использования обществом экономических законов в процессе хозяйствования [3].

Покупатель – юридическое лицо или физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, имеющие намерение приобрести или приобретающие товары у субъекта торговли, субъекта общественного питания, поставщика товаров [1].

Поставщик товаров – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, осуществляющие или намеревающиеся осуществлять поставки производимых или закупаемых товаров, предназначенных для их использования в предпринимательской деятельности [1].

Потребитель – лицо или организация, которые могли бы получать или получают продукцию или услугу, предназначенную для данного лица или организации или затребованную ими (СТБ ISO 9000).

Профессиональная деятельность – трудовая деятельность по определенной профессии, взаимообусловленная с видами экономической деятельности (ОКРБ 011).

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

Реклама – информация о потребительских свойствах товаров и услуг с целью формирования спроса на них [2].

Розничная торговля – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь [1].

Рынок – система экономических отношений купли-продажи товаров, в которой формируются спрос, предложение и цена на них [2].

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

Спрос – совокупная общественная потребность в различных товарах, складывающаяся из множества конкретных требований потребителей, отличающаяся

большим разнообразием и часто меняющаяся; экономическая категория, присущая товарному хозяйству и проявляющаяся в сфере обмена, торговли [2].

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

Товар – продукт в вещественной форме, а также работы и услуги, результаты интеллектуальной деятельности, природные богатства, реализуемые на рынке; объект купли-продажи [2].

Торговая площадь – площадь торгового помещения [1].

Торговое оборудование – оборудование для хранения, перемещения, фасовки, демонстрации и реализации товаров на предприятиях торговли и общественного питания.

Торговый зал – часть торгового помещения, предназначенная для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей, прохода покупателей и проведения денежных расчетов с ними при продаже товаров [1].

Требование – потребность или ожидание, которое устанавливается, обычно предполагается или является обязательным (СТБ ISO 9000).

Услуга – выход организации по меньшей мере с одним видом деятельности, для выполнения которого необходимо взаимодействие между организацией и потребителем (СТБ ISO 9000).

Экономика – система отношений между людьми в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных и нематериальных благ и услуг, необходимых для удовлетворения потребностей.

4 Общие положения

4.1 Общая характеристика специальности

Специальность 2-26 02 33 «Визуальный мерчендайзинг» в соответствии с ОКРБ 011 относится к профилю образования «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и организация производства», направлению образования «Управление», группе специальностей «Бизнес-управление».

4.2 Квалификация выпускника

Образовательный процесс, организованный в целях освоения учащимися содержания образовательной программы среднего специального образования, обеспечивает получение квалификации специалиста «**Специалист по визуальному мерчендайзингу**» и не менее двух квалификаций рабочего: «Кладовщик» (не ниже 4-го разряда), «Декоратор витрин» (3-го разряда), «Раскладчик» (не ниже 3-го разряда) (ОКРБ 014).

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

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

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

4.4 Требования к формам получения среднего специального образования

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

4.5 Требования к срокам получения среднего специального образования

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

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

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

5 Квалификационная характеристика

5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием

Сферой профессиональной деятельности специалиста по визуальному мерчендайзингу по специальности являются:

- специализированные магазины и магазины фирменной торговли товарами как отечественного, так и иностранного производства;
- прочие объекты розничной торговли продовольственными и непродовольственными товарами;
- структурные подразделения производственных организаций, осуществляющих маркетинговую деятельность;
- структурные подразделения организаций, оказывающих услуги по выполнению работ оформительского, рекламного и т.п. характера.

5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием

Объектами профессиональной деятельности специалиста по визуальному мерчендайзингу являются:

- товары различных категорий, в том числе потребительские и производственного назначения;
- эскизы, рисунки, изображения, текстовые сообщения;
- различные декоративные элементы, геометрические фигуры и объекты;
- различные формы и виды рекламы;
- прикладное программное обеспечение специального назначения;
- плановая, учетная, сопроводительная, аналитическая документация и информация.

5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием

Специалист по визуальному мерчендайзингу должен быть компетентным в следующих видах профессиональной деятельности:

- организационно-коммерческая;
- информационно-аналитическая;
- торгово-технологическая;
- рекламно-торговая;
- художественно-творческая;
- контрольно-аналитическая;
- коммуникативная.

5.4 Профессиональные функции специалиста со средним специальным образованием

Специалист по визуальному мерчендайзингу должен быть компетентным в выполнении следующих профессиональных функций:

- анализ состояния, перспективных направлений и проблем развития мирового и белорусского рынка рекламы, а также индустрии моды и дизайна;
- организация и проведение рекламных мероприятий на территории торговых объектов, сбор данных о ходе их проведения и оценка их эффективности;
- изучение внешнего вида и эксплуатационных характеристик продукции организации, имеющейся на нее документации;
- участие в разработке и реализации товарной, ценовой и сбытовой политики организации;
- осуществление взаимодействия с администрацией торговых объектов, на территории которых проводятся рекламные мероприятия и мероприятия по визуальному мерчендайзингу;
- проведение маркетинговых исследований в целях определения новых мест продажи, а также изучения покупательского поведения на территории подотчетных торговых объектов;
- определение стратегии и программы мероприятий по визуальному мерчендайзингу, организация и контроль их выполнения на территории подотчетных торговых объектов;
- выбор и подготовка материалов, необходимых для проведения оформительских и других работ в рамках выполнения мероприятий по визуальному мерчендайзингу;
- разработка дизайна экспозиций и схемы их расположения на территории торговых объектов, определение необходимого для этого оборудования;
- изготовление эскизов, шаблонов и трафаретов, а также объемных элементов художественного оформления из различных материалов;
- подготовка торгового оборудования к размещению на нем продукции организации;
- непосредственное участие в оформлении витрин и другого торгового оборудования, размещении на нем экспозиций и отдельных товаров;
- подготовка отчетной документации о результатах проделанной работы и расходовании средств на ее выполнение;
- применение оборудования, приспособлений и инструментов в соответствии с правилами технической эксплуатации;
- соблюдение основ этических норм и правил общения в условиях производственной деятельности;
- соблюдение требований по охране труда и пожарной безопасности.

5.5 Средства профессиональной деятельности специалиста со средним специальным образованием

Средствами профессиональной деятельности специалиста по визуальному мерчендайзингу являются:

- нормативные правовые акты, в том числе ТНПА регламентирующие коммерческую, производственно-хозяйственную и рекламную деятельность организации;
- продукция организации и техническая документация на нее;
- оборудование, инструменты и материалы, используемые при выполнении оформительских, экспозиционных, рекламных и других работ;
- средства электронной и вычислительной техники, прикладное программное обеспечение специального назначения.

6 Требования к уровню подготовки выпускника

6.1 Общие требования

Выпускник должен:

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

6.2 Требования к психическим и психофизиологическим профессионально значимым свойствам личности

Выпускник должен обладать:

- способностью к сосредоточению;
- устойчивым вниманием;
- четким зрительным восприятием;
- оперативной и моторной памятью.

6.3 Требования к социально-личностным компетенциям

Выпускник должен:

- быть способным к социальному взаимодействию, межличностным коммуникациям;
- уметь работать в коллективе, решать проблемные вопросы, принимать самостоятельные решения;
- быть способным к совершенствованию своей деятельности, повышать квалификацию в течение всей жизни.

6.4 Требования к профессиональным компетенциям

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями по видам деятельности:

организационно-коммерческая:

– руководствоваться в своей деятельности нормативными правовыми актами, регламентирующими коммерческую, производственно-хозяйственную и рекламную деятельность организаций;

– владеть основами организации предпринимательской и коммерческой деятельности, основными способами и приемами продаж товаров и услуг, рекламной деятельности;

– участвовать в формировании товарного ассортимента и каталога продукции организации, выставляемой на продажу, определении цен на нее, а также новых каналов сбыта и мест продажи этой продукции;

– участвовать в разработке и реализации рекламных кампаний, организовывать проведение отдельных рекламных мероприятий на территории подотчетных торговых объектов;

– разрабатывать стратегию и программу мероприятий по визуальному мерчендайзингу (выбор товаров, подлежащих размещению, времени, места, а также способов их размещения на витринах и в торговых помещениях, используемых при этом материалов и т.д.);

– осуществлять взаимодействие с руководством организации, администрацией торговых объектов, заказчиками оформительских, экспозиционных, рекламных и других работ, соисполнителями;

– предоставлять информацию о назначении и эксплуатационных характеристиках выставляемой на продажу продукции администрации и персоналу торговых объектов, покупателям;

– составлять различные виды плановой, отчетной и аналитической документации;

информационно-аналитическая:

– осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию информации;

– изучать состояние и тенденции развития мирового и отечественного рынка рекламы, а также индустрии моды и дизайна, передовые технологии в области визуального мерчендайзинга и методы психологического воздействия на покупателей;

– изучать географическое расположение, внешний вид и интерьер, оснащенность торговым оборудованием торговых объектов, в том числе новых, для реализации в них продукции организации;

– изучать поведение покупателей на территории торговых объектов, их реакцию на интерьер торговых помещений, оформление витрин и другого торгового оборудования, проводимые в торговом объекте рекламные акции;

– определять оптимальные маршруты передвижения покупателей по территории торговых объектов и учитывать их при разработке стратегии и программы мероприятий по визуальному мерчендайзингу;

– определять оптимальные способы и приемы психологического воздействия на покупателей на территории торговых объектов в целях продвижения новых и стимулирования продаж реализуемых товаров;

– изучать эксплуатационные характеристики и внешний вид продукции организации, имеющуюся на нее техническую документацию в целях выбора оптимальных способов продажи, а также размещения на витринах и другом торговом оборудовании;

– определять схемы расположения выставочных композиций на территории торговых объектов и размещения отдельных товаров на витринах и другом торговом оборудовании;

торгово-технологическая:

– обеспечивать рациональное и эффективное использование торговых площадей и оборудования подотчетных торговых объектов при реализации мероприятий по визуальному мерчендайзингу;

– принимать непосредственное участие в выполнении работ по визуальному мерчендайзингу, в том числе осуществлять выкладку товаров на торговое оборудование в соответствии с выработанной стратегией и программой мероприятий;

– следить за состоянием оформленных витрин и другого торгового оборудования, размещенных на них композиций и отдельных товаров, производить необходимую корректировку их размещения и замену в случае повреждения;

– соблюдать требования по охране труда, производственной санитарии и гигиене при выполнении работ с торговым оборудованием, различными материалами и инструментами;

рекламно-торговая:

– обеспечивать рациональное и эффективное использование торговых площадей и оборудования торговых объектов при выполнении рекламных мероприятий;

– принимать непосредственное участие в демонстрации рекламируемых на территории торгового объекта товаров, предоставлении консультаций участникам рекламных акций (покупателям);

– подбирать рекламные образцы товаров и вести учет их расходования во время проведения рекламных акций, а также мероприятий по визуальному мерчендайзингу;

– обеспечивать персонал торговых объектов, принимающий участие в проведении рекламных мероприятий, необходимой информацией, оборудованием и рекламными образцами товаров;

художественно-творческая:

– использовать знания в области психологии, истории искусства, моды и дизайна, основные законы композиции, зрительного восприятия произведений искусства, теорию восприятия цвета и пластическую анатомию в своей профессиональной деятельности;

– разрабатывать дизайн выставочных композиций с учетом назначения и эксплуатационных характеристик выставляемой продукции, особенностей продвигаемых брендов, целей и задач рекламных кампаний и других показателей;

– подбирать материалы и инструменты, необходимые для выполнения оформительских, экспозиционных и других работ по визуальному мерчендайзингу, с учетом поставленных целей и выделенных ресурсов;

– изготавливать эскизы, шаблоны и трафареты, различные элементы художественного оформления, необходимые для выполнения работ по визуальному мерчендайзингу;

– выполнять работы по подготовке (крепление, склеивание, изгибание, выравнивание и т. д.) и покраске поверхностей из различных материалов в соответствии с разработанным дизайном и с использованием изготовленных эскизов, шаблонов и трафаретов;

– использовать прикладное программное обеспечение специального назначения в творческом процессе;

контрольно-аналитическая:

– контролировать ход проведения рекламных мероприятий на территории торговых объектов и анализировать их результаты;

– контролировать соблюдение ассортиментной и сбытовой политики организации на территории торговых объектов;

– обеспечивать своевременное выполнение мероприятий по визуальному мерчендайзингу, соответствие их выработанной стратегии и программе;

– контролировать правильность оформления необходимой документации персоналом торговых объектов в ходе проведения рекламных мероприятий;

– вести учет материалов, инструментов, оборудования и рекламных образцов товаров, используемых при выполнении работ по визуальному мерчендайзингу на территории торговых объектов;

– формировать и вести базу данных о торговых объектах, объемах продаж товаров, проводимых рекламных акциях и мероприятиях по визуальному мерчендайзингу;

коммуникативная:

– ориентироваться в общих вопросах психологии и этики деловых отношений, конфликтологии;

– применять в профессиональной деятельности приемы, соблюдать правовые и этические нормы делового общения;

– осуществлять взаимодействие с работниками иных организаций при осуществлении профессиональной деятельности;

– поддерживать в коллективе нормальные служебные взаимоотношения и морально-психологический климат;

– при возникновении конфликтных ситуаций с коллегами и клиентами, изыскивать пути их оптимального разрешения;

– осуществлять поиск и отбор необходимой информации для профессиональной деятельности;

– использовать технические и электронные средства получения, обработки и передачи информации;

– проводить обучение персонала торговых объектов по вопросам проведения оформительских, экспозиционных и рекламных работ.

7 Требования к образовательной программе и ее реализации

7.1 Состав образовательной программы

Образовательная программа должна включать совокупность документации, регламентирующей образовательный процесс, и условий, необходимых для получения среднего специального образования, в соответствии с ожидаемыми результатами.

7.2 Требования к научно-методическому обеспечению образовательной программы

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

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

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

7.3 Требования к содержанию учебно-программной документации

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

специальности, а также перечень необходимых кабинетов, лабораторий, мастерских и иных учебных объектов.

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

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

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

Курсовые работы планируются за счет учебных часов, установленных на изучение учебной дисциплины.

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

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

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

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

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

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

В учебном плане по специальности для получения образования в вечерней форме получения образования допускается сокращение количества учебных часов на изучение учебных дисциплин общеобразовательного и профессионального компонентов не более чем на 30 процентов от количества учебных часов, установленных типовым учебным планом по специальности для получения образования в дневной форме получения образования. Дополнительно к обязательной учебной нагрузке в вечерней форме

получения образования планируются учебные часы на проведение консультаций из расчета 4 учебных часа в неделю на учебную группу.

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

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

7.4 Требования к организации образовательного процесса

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

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

7.4.3 На итоговую аттестацию отводится 2 недели.

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

7.5 Требования к срокам реализации образовательной программы

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

– на основе общего базового образования – не менее 147,5 недели, из них не менее 88,5 недели теоретического обучения, не менее 32 недель практики, не менее 5 недель на экзаменационную сессию, 2 недели на проведение итоговой аттестации, не менее 18 недель каникул, 2 недели резерва;

– на основе общего среднего образования – не менее 95,5 недели, из них не менее 46 недель теоретического обучения, не менее 32 недель практики, не менее 3,5 недели на экзаменационную сессию, 2 недели на проведение итоговой аттестации, не менее 10 недель каникул, 2 недели резерва.

7.6 Перечень компонентов и циклов типового учебного плана по специальности

Таблица Перечень компонентов и циклов типового учебного плана по специальности

Наименование компонентов, циклов, учебных дисциплин	Примерное распределение учебного времени (учебных часов для 1, 2, 4, 5 компонентов; недель для 3, 6 компонентов) для обучения на основе	
	общего базового образования	общего среднего образования
1. Общеобразовательный компонент		
1.1. Социально-гуманитарный цикл	644	
1.2. Естественно-математический цикл	720	

1.3. Физическая культура и здоровье	178	86
1.4. Допризывная (медицинская) подготовка	74	
1.5. Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций	22	22
1.6. Основы права	40	40
1.7. Основы социально-гуманитарных наук	36	36
И т о г о	1714	184
2. Профессиональный компонент		
2.1. Общепрофессиональный цикл	468	468
2.2. Специальный цикл	1004	1004
И т о г о	1472	1472
В с е г о	3186	1656
3. Вариативный компонент	2	2
4. Факультативные занятия	178	96
5. Консультации	177	96
6. Компонент «Практика»	32	32
6.1. Учебная	22	22
6.2. Производственная	10	10
6.2.1. Технологическая	6	6
6.2.2. Преддипломная	4	4

7.7 Требования к компетенциям по компонентам, циклам, областям знаний

7.7.1 Общеобразовательный компонент

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

7.7.2 Профессиональный компонент

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

7.7.2.1 Общепрофессиональный цикл

Выпускник должен в области экономики организации:

знать на уровне представления:

- основные направления социально-экономического развития Республики Беларусь и отрасли;
- основы планирования и прогнозирования хозяйственной деятельности организации;
- основные принципы товарной и ценовой политики, условия и факторы формирования рыночного спроса, конъюнктуру рынка;
- историю развития предпринимательства;
- организационно-правовые основы развития предпринимательской деятельности;
- систему и основные этапы государственной регистрации субъектов хозяйствования;

знать на уровне понимания:

- организационно-правовые формы организаций;
- состав и структуру производственных ресурсов организации;
- место предпринимательства в рыночной экономике;
- порядок разработки, утверждения и регистрации учредительных документов;
- факторы и резервы роста производительности труда;
- формы и системы оплаты труда;

- виды и принципы планирования;
- содержание плана социального и экономического развития организации, бизнес-плана;
- методы расчета материальных и трудовых затрат, нормативов оборотных средств;
- сущность и состав издержек производства;
- виды, методы расчета и пути увеличения прибыли и рентабельности организации;
- виды инвестиций и инноваций;

уметь:

- рассчитывать показатели эффективности использования основных и оборотных средств;
- рассчитывать показатели производительности труда и эффективности использования трудовых ресурсов;
- определять нормы труда, тарифные ставки, сдельные расценки, начислять заработную плату работникам организации;
- рассчитывать производственную программу, производственную мощность и основные технико-экономические показатели производственной деятельности организации;
- определять затраты на производство и реализацию продукции (работ, услуг), отпускную цену продукции (работ, услуг), прибыль и рентабельность.

Выпускник должен в области стандартизации и сертификации:

знать на уровне представления:

- законы Республики Беларусь «О техническом нормировании и стандартизации» [6], «Об оценке соответствия техническим требованиям и аккредитации органов по оценке соответствия» [7];
- основные положения системы технического нормирования и стандартизации Республики Беларусь и Национальной системы подтверждения соответствия Республики Беларусь;
- область применения международных и межгосударственных стандартов;
- формы международного сотрудничества в области оценки соответствия, технического нормирования и стандартизации;
- порядок разработки, издания, распространения и внедрения стандартов;

знать на уровне понимания:

- основные принципы, субъекты технического нормирования и стандартизации;
- виды ТНПА в сфере профессиональной деятельности;
- порядок выполнения работ и формы подтверждения соответствия;
- перечень продукции (работ, услуг), персонала и иных объектов оценки соответствия, подлежащих обязательному подтверждению соответствия в Республике Беларусь;
- схемы подтверждения соответствия, применяемые при обязательной сертификации определенных видов продукции (работ, услуг);
- организацию контроля и методы оценки качества продукции (работ, услуг);

уметь:

- пользоваться информационными указателями ТНПА;
- применять ТНПА в практической деятельности;
- оценивать уровень качества продукции различными методами;
- контролировать параметры качества продукции (работ, услуг) на всех этапах их выполнения.

Выпускник должен в области маркетинга:

знать на уровне представления:

- нормативные правовые акты Республики Беларусь, регулирующие хозяйственную и предпринимательскую деятельность;
- значение маркетинга на внутреннем и внешнем рынке;

– модели поведения потребителей и производителей в условиях рыночной экономики;

– механизм рыночных коммуникаций;

знать на уровне понимания:

– сущность, функции, виды и принципы организации маркетинга;

– позиционирование организации (фирмы) на рынке;

– порядок организации работы организации на внешнем рынке;

– стратегию маркетинга;

– основные принципы товарной и ценовой политики;

– принципы и методы маркетинговых исследований;

– методы исследования и прогнозирования рынка;

– методы установления цен, влияние на уровень цен психологических факторов;

– жизненный цикл товаров и управление процессом товародвижения;

– условия формирования и факторы развития рыночного спроса;

– сущность товарного знака и роль бренда;

– формирование общественного мнения;

– стратегию формирования спроса и стимулирования сбыта;

уметь:

– использовать необходимую информацию для сегментирования рынка и определения его параметров;

– прогнозировать жизненный цикл товара и управлять потоком товародвижения;

– проводить маркетинговые исследования покупательского спроса;

– анализировать конкурентоспособность товара;

– применять различные ценовые и неценовые инструменты стимулирования сбыта;

– определять оптимальный уровень цен на товары;

– разрабатывать рекламное обращение в адрес целевой аудитории;

– разрабатывать товарные знаки, упаковку товаров;

– проводить оценку эффективности маркетинговой деятельности.

Выпускник должен в области иностранного языка делового общения:

знать на уровне представления:

– основные фонетические и грамматические нормы, позволяющие использовать иностранный язык как средство общения;

– базовые речевые нормы, необходимые для делового общения;

– виды и формы деловой корреспонденции на иностранном языке;

знать на уровне понимания:

– минимальный объем лексического материала, позволяющий вести общение на иностранном языке;

– структурные, лексические и стилистические особенности иностранного языка;

– структуру и правила составления документов различных типов на иностранном языке;

– правила устного общения и письменной речи на иностранном языке, позволяющие осуществлять языковую коммуникацию;

– технику перевода (со словарем) текстов по тематике профессиональной деятельности;

– требования к оформлению корреспонденции и другой документации по классификации международных партнерских контактов;

уметь:

– осуществлять профессиональное общение на иностранном языке;

– употреблять базовые грамматические структуры в речи;

– оформлять корреспонденцию и другую документацию на иностранном языке с использованием классификации международных партнерских контактов;

– извлекать необходимую информацию из иностранных источников;

– переводить специальные и социально-политические тексты (со словарем);

– пользоваться словарями разных типов, справочной литературой.

Выпускник должен в области психологии и этики деловых отношений:

знать на уровне представления:

- психические процессы и свойства личности;
- этические принципы поведения в коллективе;
- влияние индивидуально-психологических особенностей личности на поведение в коллективе;
- методы и способы психологической разгрузки, механизмы регулирования психических состояний;

знать на уровне понимания:

- теоретические и прикладные задачи психологии;
- понятие о психике и сознании;
- особенности личности, их проявления в трудовой деятельности;
- психологию общения, нормы этического поведения;
- влияние различных эмоциональных факторов на производительность труда;

уметь:

- оценивать психологическую ситуацию;
- уметь анализировать конфликтные ситуации, предупреждать их и управлять ими;
- руководствоваться этическими нормами поведения в профессиональной деятельности;
- устанавливать деловые контакты;
- устанавливать и поддерживать этические, психологически комфортные взаимоотношения в коллективе.

Выпускник должен в области охраны труда:

знать на уровне представления:

- правовую и нормативную основу деятельности по охране труда;
- права и обязанности должностных лиц по охране труда;
- основные требования к производственным помещениям и рабочим местам;
- производственные пожароопасные вещества и материалы, их характеристики;

знать на уровне понимания:

- организацию работы по охране труда в организации;
- влияние вредных и (или) опасных производственных факторов и меры защиты от их воздействия;
- организацию и виды обучения работающих безопасным условиям труда;
- источники и причины травматизма и профессиональных заболеваний на производстве;
- способы обеспечения электробезопасности и средства защиты человека от поражения электрическим током;
- требования безопасности к производственному оборудованию и технологическим процессам;

уметь:

- обеспечивать выполнение требований по охране труда, проводить инструктаж на рабочих местах;
- применять безопасные методы и приемы работы;
- пользоваться средствами коллективной и индивидуальной защиты от воздействия вредных и (или) опасных производственных факторов;
- участвовать в расследовании несчастных случаев на производстве;
- оказывать первую помощь пострадавшим при несчастных случаях на производстве;
- проверять исправность технических средств защиты;
- пользоваться средствами пожаротушения.

Выпускник должен в области менеджмента:

знать на уровне представления:

- роль и сущность менеджмента в условиях рыночной экономики;
- виды организационных структур менеджмента;

знать на уровне понимания:

- функции и методы управления;
- технологию принятия и реализации управленческих решений;
- систему подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров;
- критерии оценки эффективности работы руководителя и трудового коллектива;

уметь:

- работать с нормативными правовыми актами, регламентирующими деятельность субъектов хозяйствования в сфере общественного питания;
- выбирать оптимальную организационную структуру управления;
- анализировать торгово-коммерческую деятельность и принимать управленческие решения;
- участвовать в организации и проведении деловых бесед, совещаний, переговоров;
- оценивать и прогнозировать профессиональный потенциал производственного и обслуживающего персонала;
- пользоваться техническими средствами управления для приема, обработки, хранения и передачи информации;
- организовывать подбор, расстановку и обучение кадров, повышение их квалификации.

Выпускник должен в области охраны окружающей среды и энергосбережения:

знать на уровне представления:

- основные положения нормативных правовых актов в области энергосбережения, рационального природопользования и охраны окружающей среды;
- условия устойчивости биосферы и других экологических систем;
- источники загрязнения окружающей среды;
- классификацию вредных антропогенных факторов;
- общие закономерности воздействия экологических факторов на живые организмы;
- традиционные и нетрадиционные источники энергии;
- основные положения топливно-энергетического комплекса Республики Беларусь и структуры энергосбережения;
- основные государственные мероприятия и мировой опыт в области охраны окружающей среды, ресурсо- и энергосбережения;

знать на уровне понимания:

- систему государственного управления в области энергосбережения, природопользования и охраны окружающей среды;
- классификацию природных ресурсов, принципы рационального природопользования и охраны окружающей среды;
- принципы создания ресурсо- и энергосберегающих технологий;
- пути рационального использования природных и топливно-энергетических ресурсов;
- современные приборы контроля и учета тепла, газа, воды, электроэнергии;
- основные методы переработки и утилизации отходов;
- методы контроля состояния окружающей среды и ее защиты от влияния вредных воздействий;

уметь:

- определять степень экологической безопасности технологических процессов;
- принимать меры, исключающие загрязнение окружающей среды;
- давать экономическую и экологическую оценку техническим и технологическим решениям с учетом требований по охране окружающей среды и энергосбережению;

- проводить анализ энергопотребления и принимать меры по решению вопросов энергосбережения;
- использовать современные приборы контроля и учета тепла, газа, воды, электроэнергии;
- вести пропаганду ресурсо- и энергосберегающих технологий.

7.7.2.2 Специальный цикл

Специалист должен в области торгового оборудования:

знать на уровне представления:

- нормативные правовые акты Республики Беларусь, регламентирующие торговую деятельность;
- современные тенденции развития торговли и торгового оборудования;
- виды и назначение немеханического торгового оборудования, инвентаря, весоизмерительного оборудования, предъявляемые к ним требования;
- роль, классификацию, принципы работы фасовочно-упаковочного, весоизмерительного и измельчительно-режущего оборудования;
- роль кассовых суммирующих аппаратов и специальных компьютерных систем в организации учета и контроля денежных средств, товародвижения;

знать на уровне понимания:

- правила эксплуатации немеханического оборудования и инвентаря, весоизмерительного оборудования, холодильного и подъемно-транспортного оборудования;
- устройство, принцип действия машин и механизмов, применяемых при выполнении работ по взвешиванию товаров, обслуживанию потребителей, погрузочно-разгрузочных работах;
- порядок использования кассовых суммирующих аппаратов и специальных компьютерных систем, правила пользования средствами измерений;

уметь:

- пользоваться средствами измерений в сфере торговой деятельности;
- проводить расчетные операции и оформлять кассовую документацию;
- работать на кассовых суммирующих аппаратах и специальных компьютерных системах; производить расчеты с покупателями (потребителями);
- пользоваться различными видами немеханического торгового оборудования и инвентаря, холодильного и подъемно-транспортного оборудования.

Выпускник должен в области товароведения:

знать на уровне представления:

- сущность товароведения и его значение;
- основные научные категории товароведения;

знать на уровне понимания:

- основные понятия, принципы и функции товароведения;
- объекты, субъекты и методы товароведения;
- потребительские свойства товаров и их безопасность;
- факторы, формирующие качество товаров;
- методы оценки и виды контроля качества товаров;
- условия хранения товаров;
- процессы, происходящие при хранении товаров;
- виды товарных потерь и причины их возникновения;
- системы сортировки товаров;
- методы и виды классификации товаров;
- сущность и системы кодирования товаров;

уметь:

- характеризовать потребительские свойства товаров;
- классифицировать товары по основным признакам;
- рассчитывать энергетическую ценность продовольственных товаров;
- оценивать качество товаров в соответствии с требованиями ТНПА;
- соблюдать условия и сроки хранения товаров;
- рассчитывать товарные потери;
- расшифровывать маркировку товаров.

Выпускник должен в области информационных технологий:

знать на уровне представления:

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

знать на уровне понимания:

- способы представления, технологию обработки, хранения и передачи экономической и деловой информации;
- назначение и функции текстовых редакторов, электронных таблиц и систем управления базами данных;
- работу с программами-архиваторами и антивирусными программами;
- виды и сущность процесса обработки экономической и деловой информации;
- порядок организации и устройство автоматизированных рабочих мест для обработки экономической и деловой информации;
- правила создания комплексных текстовых и презентационных документов;
- принципы создания документооборота на базе средств электронной почты;
- порядок ведения электронного документооборота;
- принципы работы в глобальной сети Интернет;
- способы и средства защиты экономической и деловой информации;

уметь:

- передавать и получать информацию в локальных и глобальных вычислительных сетях;
- создавать документы по расчету данных по специальности с использованием электронных таблиц и форм электронного документооборота;
- участвовать в создании презентационных документов;
- использовать системы управления базами данных для накопления, хранения и поиска информации и электронные таблицы для выполнения вычислений;
- использовать программы-архиваторы и антивирусные программы;
- пользоваться электронными нормативно-справочными системами, поисковыми системами сети Интернет, ресурсами информационных агентств мира, электронными переводчиками.

Выпускник должен в области истории стилей в искусстве:

знать на уровне представления:

- характерные особенности и произведения искусства основных художественных стилей;
- историю и эволюцию стиля;

– условия возникновения и развития разнообразных форм одежды, их связь с социально-экономическим состоянием общества, классовыми отношениями, уровнем культуры и быта;

знать на уровне понимания:

– характерные черты эстетического идеала красоты человека в различные эпохи;
– особенности искусства и стилей различных эпох (идеал, силуэт, цветовая гамма, применяемые материалы, конструкция, детали и отделки);
– процесс создания и распространения стиля;

уметь:

– характеризовать особенности основных художественных стилей;
– определять и выделять на примерах конкретных произведений характерные особенности важнейших стилей и направлений;
– использовать в профессиональной деятельности знания о важнейших закономерностях развития стилей и искусства.

Выпускник должен в области рекламной деятельности:

знать на уровне представления:

– общие принципы оценивания эффективности рекламной деятельности организации, использования инструментов маркетинга и средств коммуникаций;
– порядок сбора, группировки и обработки рекламной информации, необходимой для проведения полноценной рекламной кампании;
– порядок анализа и планирования рекламы на предприятии на основе разработки маркетинговых коммуникационных стратегий развития;

знать на уровне понимания:

– роль рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;
– сущность, цель, задачи и функции рекламы;
– основные виды рекламы и ее носителей;
– этапы организации рекламной кампании;
– методики оценки эффективности рекламной деятельности;
– особенности рекламы в различных отраслях;
– использование в рекламе манипулятивных приемов;

уметь:

– определять и обосновывать применение различных видов рекламы и ее носителей;
– находить оригинальные идеи для организации рекламной кампании;
– осуществлять самостоятельную разработку рекламной кампании и составлять бриф (техническое задание) рекламной акции;
– оценивать эффективность разработанной рекламной кампании;
– выбирать эффективные для данной организации методы продвижения и каналы сбыта товара.

Выпускник должен в области мерчендайзинга:

знать на уровне представления:

– современные тенденции развития мерчендайзинга;
– влияние инструментов мерчендайзинга на улучшение сервисного обслуживания;
– особенности использования торговых площадей для различных организаций;

знать на уровне понимания:

– принципы организации пространства торгового зала и полочного пространства;
– принципы размещения основных и дополнительных рекламных материалов в торговом зале;
– методику составления плановграмм и мерчендайзинг-бука;
– специфику применения средств и методов мерчендайзинга для продвижения отдельных товаров или их комплексов;
– основные психологические и социальные факторы, влияющие на поведение покупателей в торговом зале;

– сущность мерчендайзинга, применяемого товаропроизводителем и розничным продавцом;

уметь:

- анализировать поведение потребителей;
- выделять психологические факторы, влияющие на потребительское поведение;
- распределять площадь торгового зала и регулировать покупательские потоки;
- составлять планы размещения торгового оборудования, категорий в торговом зале, выкладки товаров для размещения на торговом оборудовании;
- анализировать эффективность использования торговой площади и торгового оборудования;
- оценивать рыночную ситуацию и особенности покупательского поведения.

Выпускник должен в области композиции:

знать на уровне представления:

- основные законы, закономерности, правила и приемы композиции;
- методы и средства композиции и проектирования;
- приемы формообразования и средства выразительности формы;

знать на уровне понимания:

- теоретические основы композиционного построения в графическом и в объемно-пространственном дизайне;
- законы формообразования;
- преобразующие методы формообразования (стилизация и трансформация);
- законы создания цветовой гармонии;

уметь:

- создавать целостную композицию на плоскости, в объеме и пространстве, применяя известные способы построения и формообразования;
- использовать преобразующие методы стилизации и трансформации для создания новых форм;
- создавать цветное единство в композиции по законам колористики.

Выпускник должен в области цветоведения:

знать на уровне представления:

- общие сведения о цвете и цветовом круге;
- восприятие цветовой гаммы глазом человека;
- первичные и вторичные цвета цветового круга;

знать на уровне понимания:

- зависимость расположения цветов в цветовом круге;
- роль цвета в определении цветотипа человека;
- особенности определения цветотипов людей;

уметь:

- определять цветотип человека;
- подбирать варианты цветотипов сочетаний для разных цветотипов людей;
- анализировать сочетание цветотипов профессиональной палитры красителей с цветотипом.

Выпускник должен в области компьютерной графики:

знать на уровне представления направления и перспективы развития компьютерных технологий для создания и редактирования объектных иллюстраций;

знать на уровне понимания:

- теоретические основы компьютерной графики;
- особенности и возможности графических редакторов CorelDRAW и Adobe Photoshop;
- методы описания цветов в компьютерной графике, цветовые модели;
- способы получения цветотипов;

- способы хранения изображений в файлах растровых и векторных форматов;
- методы сжатия графических файлов;
- проблемы преобразования графических файлов;
- назначение и функции различных графических программ;

уметь:

- различать форматы графических файлов и понимать целесообразность их использования при работе с различными графическими программами;
- создавать собственные иллюстрации;
- анализировать возможности графических редакторов и выбирать оптимальный вариант для решения поставленной задачи;
- обрабатывать графическую информацию;
- выполнять обмен графическими данными между различными программами.

Выпускник должен в области рисунка и живописи:

знать на уровне представления:

- основные средства выразительности в передаче художественного образа;
- цвет в изобразительном искусстве;
- графические материалы и техники, применяющиеся в рисунке;

знать на уровне понимания:

- принципы композиционного построения изображения;
- традиционные способы и приемы изображения предметов разных форм, орнаментов, узоров и др.;
- способы изображения объема элементов композиции с помощью тона, цвета, передачи собственных и падающих теней предметов, передача воздушной перспективы;
- порядок и приемы изображения предметов в технике рисунка и живописи;
- методы правильной передачи пропорциональных соотношений элементов композиции;

уметь:

- использовать традиционные приемы и техники рисунка, живописи при выполнении творческих работ;
- применять традиционные методы и приемы передачи модели;
- рисовать с натуры, по памяти, представлению;
- выполнять кратковременные наброски и зарисовки окружающей среды;
- применять различные графические материалы.

7.8 Требования к содержанию и организации практики

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

Практика подразделяется на учебную и производственную.

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

7.8.2 Учебная практика:

- по закреплению практических умений и навыков в области организации рекламной деятельности и оформления витрин;
- для получения не менее двух профессий рабочего: «Кладовщик» (не ниже 4-го разряда) [8], «Декоратор витрин» (3-го разряда) [9], «Раскладчик» (не ниже 3-го разряда) [10].

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

7.8.4 Порядок организации учебной и производственной практики определяется положением о практике учащихся, курсантов, осваивающих содержание образовательных программ среднего специального образования, утверждаемым Правительством Республики Беларусь.

8 Требования к организации воспитательной работы

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

Воспитательная работа направлена:

– на формирование гражданственности, патриотизма и национального самосознания на основе государственной идеологии;

– подготовку к самостоятельной жизни и труду;

– формирование нравственной, эстетической и экологической культуры;

– овладение ценностями и навыками здорового образа жизни;

– формирование культуры семейных отношений;

– создание условий для социализации и саморазвития личности учащегося.

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

Выпускник должен проявлять:

– ответственность в выполнении основных социальных ролей (гражданин, патриот, трудящийся, семьянин);

– чувство долга и активную жизненную позицию;

– общественно-политическую активность на основе принципов демократии, справедливости, консолидации, социальной ответственности.

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

9 Требования к итоговой аттестации учащихся

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

9.2 Итоговая аттестация проводится в форме государственного экзамена по специальности.

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

9.4 По результатам итоговой аттестации выпускнику присваивается квалификация «Специалист по визуальному мерчендайзингу» и выдается диплом о среднем специальном образовании.

10 Требования к ресурсному обеспечению образовательной программы

10.1 Требования к кадровому обеспечению

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

10.2 Требования к материально-техническому обеспечению

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

Приложение А (информационное)

Библиография

[1] О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь : Закон Республики Беларусь от 08.01.2014 № 128-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 15.01.2014. № 2/2126

[2] Правила продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания : [утв. постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 22.07.2014 № 703] // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 24.07.2014. № 5/39169

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

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

[5] Советский энциклопедический словарь / науч.-ред. совет : А.М.Прохоров (пред.) [и др.]. М., 1981

[6] О техническом нормировании и стандартизации : Закон Республики Беларусь от 05.01.2004 № 262-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 10.01.2004. № 2/1011

[7] Об оценке соответствия техническим требованиям и аккредитации органов по оценке соответствия : Закон Республики Беларусь от 24.10.2016 № 437-З // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 27.10.2016. № 2/2435

[8] Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих. Выпуск 1 : [утв. постановлением Министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь от 30.03.2004 № 33] // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 25.05.2012. № 8/25701

[9] Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих. Выпуск 57 : [утв. постановлением Министерства труда Республики Беларусь от 01.12.2000 № 146] // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 25.05.2012. № 8/25724

[10] Единый тарифно-квалификационный справочник работ и профессий рабочих. Выпуск 44 : [утв. постановлением Министерства труда Республики Беларусь от 02.03.1998 № 26] // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 06.12.1999. № 8/1713