

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ
ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ**

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Квалификация Специалист по социальным коммуникациям

**ВЫШЭЙШАЯ АДУКАЦЫЯ
ПЕРШАЯ СТУПЕНЬ**

Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Кваліфікацыя Спецыяліст па сацыяльных камунікацыях

**HIGHER EDUCATION
FIRST STAGE**

Speciality 1-23 01 15 Social Communications

Qualification Specialist in Social Communication

ОСВО 1-23 01 15-2013

УДК 316.77:378.016(083.74)

Ключевые слова: высшее образование, зачетная единица, итоговая аттестация, качество высшего образования, компетенции, навыки, профессиональная деятельность, обеспечение качества, интегрированная образовательная программа, самостоятельная работа, специалист с высшим образованием, типовой учебный план по специальности, учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине, требования, умения, социальные коммуникации, специалист по социальным коммуникациям.

Предисловие

РАЗРАБОТАН Белорусским государственным университетом

УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 № 87.

Настоящий образовательный стандарт не может быть тиражирован и распространен без разрешения Министерства образования Республики Беларусь

Издан на русском языке

Содержание

1	Область применения	4
2	Нормативные ссылки	4
3	Основные термины и определения	5
4	Общие положения	5
	4.1 Общая характеристика специальности	5
	4.2 Требования к уровню образования лиц, поступающих для получения высшего образования I ступени	5
	4.3 Общие цели подготовки специалиста	5
	4.4 Формы получения высшего образования I ступени	6
	4.5 Сроки получения высшего образования I ступени	6
5	Характеристика профессиональной деятельности специалиста	6
	5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста	6
	5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста	7
	5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста	7
	5.4 Задачи профессиональной деятельности специалиста	7
	5.5 Возможности продолжения образования специалиста	7
6	Требования к компетентности специалиста	7
	6.1 Состав компетенций специалиста	7
	6.2 Требования к академическим компетенциям специалиста	8
	6.3 Требования к социально-личностным компетенциям специалиста	8
	6.4 Требования к профессиональным компетенциям специалиста	8
7	Требования к учебно-программной документации	9
	7.1 Состав учебно-программной документации	9
	7.2 Требования к разработке учебно-программной документации	9
	7.3 Требования к составлению графика образовательного процесса	9
	7.4 Требования к структуре типового учебного плана по специальности	10
	7.5 Требования к обязательному минимуму содержания учебных программ и компетенциям по учебным дисциплинам	12
	7.6 Требования к содержанию и организации практик	22
8	Требования к организации образовательного процесса	23
	8.1 Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса	23
	8.2 Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса	23
	8.3 Требования к научно-методическому обеспечению образовательного процесса	23
	8.4 Требования к организации самостоятельной работы студентов	23
	8.5 Требования к организации идеологической и воспитательной работы	23
	8.6 Общие требования к формам и средствам диагностики компетенций	24
9	Требования к итоговой аттестации	25
	9.1 Общие требования	25
	9.2 Требования к государственному экзамену	25
	9.3 Требования к дипломной работе	25
	Приложение Библиография	26

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ. ПЕРВАЯ СТУПЕНЬ

Специальность 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Квалификация Специалист по социальным коммуникациям

ВЫШЭЙШАЯ АДУКАЦЫЯ. ПЕРШАЯ СТУПЕНЬ

Спецыяльнасць 1-23 01 15 Сацыяльныя камунікацыі

Кваліфікацыя Спецыяліст па сацыяльных камунікацыях

HIGHER EDUCATION. FIRST STAGE

Speciality 1-23 01 15 Social Communications

Qualification Specialist in Social Communication

Дата введения 2013-09-01

1 Область применения

Стандарт применяется при разработке учебно-программной документации образовательной программы высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием, и образовательной программы высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» (далее, если не установлено иное – образовательные программы по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации»), учебно-методической документации, учебных изданий, информационно-аналитических материалов.

Стандарт обязателен для применения во всех учреждениях высшего образования Республики Беларусь, осуществляющих подготовку по образовательным программам по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации».

2 Нормативные ссылки

В настоящем образовательном стандарте использованы ссылки на следующие правовые акты:

СТБ 22.0.1-96 Система стандартов в сфере образования. Основные положения (далее – СТБ 22.0.1-96)

СТБ ИСО 9000-2006 Система менеджмента качества. Основные положения и словарь (далее – СТБ ИСО 9000-2006)

ОКРБ 011-2009 Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Специальности и квалификации» (далее – ОКРБ 011-2009)

ОКРБ 005-2011 Общегосударственный классификатор Республики Беларусь «Виды экономической деятельности» (далее – ОКРБ 005-2011)

Кодекс Республики Беларусь об образовании (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011, № 13, 2/1795) (далее – Кодекс Республики Беларусь об образовании)

3 Основные термины и определения

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

Зачетная единица – числовой способ выражения трудоемкости учебной работы студента, основанный на достижении результатов обучения.

Квалификация – знания, умения и навыки, необходимые для той или иной профессии на рынках труда, подтвержденные документом об образовании (СТБ 22.0.1-96).

Компетентность – выраженная способность применять свои знания и умения (СТБ ИСО 9000-2006).

Компетенция – знания, умения, опыт и личностные качества, необходимые для решения теоретических и практических задач.

Обеспечение качества – скоординированная деятельность по руководству и управлению организацией, направленная на создание уверенности, что требования к качеству будут выполнены (СТБ ИСО 9000-2006).

Специальность – вид профессиональной деятельности, требующий определенных знаний, навыков и компетенций, приобретаемых путем обучения и практического опыта (ОКРБ 011-2009).

Социальные коммуникации – специальность, предметной областью которой является коммуникационная деятельность, включающая разработку, планирование, реализацию и оценку эффективности коммуникационной политики государства и организаций.

4 Общие положения

4.1 Общая характеристика специальности

Специальность 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» в соответствии с ОКРБ 011-2009 относится к профилю образования Е «Коммуникации. Право. Экономика. Управление. Экономика и организация производства», направлению образования 23 «Коммуникации» и обеспечивает получение квалификации «Специалист по социальным коммуникациям».

4.2 Требования к уровню образования лиц, поступающих для получения высшего образования I степени

4.2.1 На все формы получения высшего образования могут поступать лица, которые имеют общее среднее образование или профессионально-техническое образование с общим средним образованием либо среднее специальное образование, подтвержденное соответствующим документом об образовании.

4.2.2 Прием лиц для получения высшего образования I степени осуществляется в соответствии с пунктом 9 статьи 57 Кодекса Республики Беларусь об образовании.

4.3 Общие цели подготовки специалиста

Общие цели подготовки специалиста:

- формирование и развитие социально-профессиональной, практико-ориентированной компетентности, позволяющей сочетать академические, социально-личностные, профессиональные компетенции для решения задач в сфере профессиональной и социальной деятельности;

- подготовка для научно-исследовательской, экспертно-аналитической, организационно-управленческой, коммуникационной и инновационной деятельности на уровне, соответствующем знаниям и навыкам, приобретенным при освоении образовательной программы, а также к продолжению обучения по образовательным программам высшего образования II степени.

4.4 Формы получения высшего образования I ступени

Обучение по специальности предусматривает следующие формы:

- очная (дневная, вечерняя);
- заочная (в т. ч. дистанционная).

4.5 Сроки получения высшего образования I ступени

Срок получения высшего образования в дневной форме получения образования по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» составляет 4 года.

Срок получения высшего образования в вечерней форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования в заочной форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования в дистанционной форме составляет 5 лет.

Срок получения высшего образования по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» лицами, обучающимися по образовательной программе высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, может быть сокращен учреждением высшего образования при условии соблюдения требований настоящего образовательного стандарта.

Срок обучения по образовательной программе высшего образования I ступени, обеспечивающей получение квалификации специалиста с высшим образованием и интегрированной с образовательными программами среднего специального образования, в вечерней и заочной (в т.ч. дистанционной) формах может увеличиваться на 0,5 – 1 год относительно срока обучения по данной образовательной программе в дневной форме.

5 Характеристика профессиональной деятельности специалиста

5.1 Сфера профессиональной деятельности специалиста

Основными сферами профессиональной деятельности специалиста являются:

- 59110 Деятельность по производству кино-, видеофильмов и телевизионных программ;
- 60200 Деятельность по созданию телевизионных программ и телевидению;
- 62010 Деятельность в области компьютерного программирования;
- 63120 Деятельность веб-порталов;
- 70210 Деятельность по связям с общественностью;
- 70220 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и прочее консультирование по вопросам управления;
- 72200 Научные исследования и разработки в области общественных и гуманитарных наук;
- 73 Рекламная деятельность и изучение конъюнктуры рынка;
- 78100 Деятельность агентств по трудоустройству;
- 82300 Организация конференций и профессиональных выставок;
- 84119 Прочие услуги государственного управления общего характера;
- 84250 Деятельность по обеспечению безопасности в чрезвычайных ситуациях;
- 94110 Деятельность организаций, основанных на членстве, объединяющих по сферам предпринимательской деятельности;
- 94120 Деятельность организаций, основанных на членстве, объединяющих по сферам профессиональной деятельности;
- 94200 Деятельность профессиональных союзов;
- 94990 Деятельность прочих организаций, основанных на членстве, не включенных в другие группировки;
- 96090 Предоставление прочих индивидуальных услуг, не включенных в другие группировки.

5.2 Объекты профессиональной деятельности специалиста

Объектами профессиональной деятельности специалиста являются:

- социальные отношения в сфере государственного управления и местного самоуправления, экономике, политике, социальной сфере;
- внутри- и межорганизационные отношения;
- информационные материалы, ресурсы и потоки;
- печатные, аудиовизуальные и мультимедийные средства массовой коммуникации, включая интернет-ресурсы, новые медиа и социальные сети;
- оборудование и программное обеспечение, необходимое для осуществления коммуникационной деятельности.

5.3 Виды профессиональной деятельности специалиста

Специалист должен быть компетентен в следующих видах деятельности:

- научно-исследовательской;
- экспертно-аналитической;
- организационно-управленческой.;
- коммуникационной;
- инновационной.

5.4 Задачи профессиональной деятельности специалиста

Специалист должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач:

- сбор, обработка, накопление, актуализация, представление, распространение, анализ и интерпретация информации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий в интересах работодателя (предприятия, организации);
- разработка, реализация и оптимизация информационных ресурсов и потоков на предприятиях и в организациях;
- информационное обеспечение и оценка последствий управленческих решений; проведение исследований массовой коммуникации, маркетинговых, организационных и других исследований с целью сбора информации, необходимой для принятия управленческих решений;
- планирование, разработка и реализация коммуникационной политики предприятий и организаций; стратегий, кампаний и мероприятий по продвижению, позиционированию и перепозиционированию производимых ими товаров, услуг и идей; оценка результатов коммуникационных кампаний и мероприятий;
- информационное обеспечение инновационных процессов в организации и государстве;
- обучение и повышение квалификации персонала.

5.5 Возможности продолжения образования специалиста

Специалист может продолжить образование на II ступени высшего образования (магистратура) в соответствии с рекомендациями ОКРБ 011-2009.

6 Требования к компетентности специалиста

6.1 Состав компетенций специалиста

Освоение образовательных программ по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» должно обеспечить формирование следующих групп компетенций:

академических компетенций, включающих знания и умения по изученным учебным дисциплинам, умение учиться;

социально-личностных компетенций, включающих культурно-ценностные ориентации, знание идеологических, нравственных ценностей общества и государства и умение следовать им; **профессиональных компетенций**, включающих способность решать задачи, разрабатывать планы и обеспечивать их выполнение в избранной сфере профессиональной деятельности.

6.2 Требования к академическим компетенциям специалиста

Специалист должен:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным вырабатывать новые идеи (обладать креативностью).

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

АК-8. Иметь лингвистические навыки (устная и письменная коммуникация).

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

6.3 Требования к социально-личностным компетенциям специалиста

Специалист должен:

СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-4. Владеть навыками здорового образа жизни.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

6.4 Требования к профессиональным компетенциям специалиста

Специалист должен быть способен:

Научно-исследовательская деятельность

ПК-1. Планировать и осуществлять исследования каналов массовой коммуникации, целевых аудиторий внешних и внутренних коммуникаций, эффективности коммуникационной деятельности, в том числе маркетинговой, рекламной деятельности и связей с общественностью.

ПК-2. Проводить организационные исследования с целью сбора информации, необходимой для принятия управленческих решений и оценивания их эффективности.

ПК-3. Собирать, систематизировать, обрабатывать и анализировать информацию.

Экспертно-аналитическая деятельность

ПК-4. Использовать информацию агентств, информационных служб, данные официальной статистики.

ПК-5. Оценивать результаты и последствия коммуникационных проектов, внешних и внутренних коммуникационных мероприятий и кампаний.

Организационно-управленческая деятельность

ПК-6. Работать с юридической литературой и трудовым законодательством.

ПК-7. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей.

ПК-8. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

ПК-9. Вести переговоры с другими заинтересованными участниками.

ПК-10. Готовить доклады, материалы к презентациям.

ПК-11. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.

ПК-12. Владеть современными средствами телекоммуникаций.

Коммуникационная деятельность

ПК-13. Распространять информацию, осуществлять внешние и внутренние коммуникации предприятия, организации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий, средств массовой коммуникации.

ПК-14. Разрабатывать, наполнять и поддерживать информационные ресурсы предприятия, организации, включая электронные базы данных, корпоративные и коммерческие интернет-сайты и т. п.

ПК-15. Разрабатывать и реализовывать коммуникативную стратегию учреждения, предприятия, организации; планировать и осуществлять информационные кампании и мероприятия.

ПК-16. Осуществлять взаимодействие со средствами массовой коммуникации (СМК) в интересах учреждения, предприятия, организации; планировать и контролировать размещение в СМК информационных, рекламных и др. материалов.

ПК-17. Готовить информацию для информационных агентств, пресс-служб, средств массовой коммуникации.

Инновационная деятельность

ПК-18. Участвовать в реализации инновационной политики государства.

ПК-19. Оценивать готовность организаций к нововведениям и консультировать их с целью повышения инновационного потенциала.

ПК-20 Осуществлять информационно-коммуникационную поддержку инновационных мероприятий на предприятиях и в организациях.

7 Требования к учебно-программной документации**7.1 Состав учебно-программной документации**

Образовательные программы по специальности 1-23 01 15 *Социальные коммуникации*» включают следующую учебно-программную документацию:

- типовой учебный план по специальности;
- учебный план учреждения высшего образования по специальности;
- типовые учебные программы по учебным дисциплинам;
- учебные программы учреждения высшего образования по учебным дисциплинам;
- программы практик.

7.2 Требования к разработке учебно-программной документации

7.2.1 Максимальный объем учебной нагрузки студента не должен превышать 54 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной работы.

7.2.2 Объем обязательных аудиторных занятий, определяемый учреждением высшего образования с учетом специальности, специфики организации образовательного процесса, оснащения учебно-лабораторной базы, информационного, научно-методического обеспечения, устанавливается в пределах 24-32 часов в неделю.

7.2.3 В часы, отводимые на самостоятельную работу по учебной дисциплине, включается время, предусмотренное на подготовку к экзамену (экзаменам) по учебной дисциплине.

7.3 Требования к составлению графика образовательного процесса

7.3.1 Примерное количество недель по видам деятельности для дневной формы получения высшего образования определяется в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1

Виды деятельности, устанавливаемые в учебном плане	Количество недель	Количество часов
Теоретическое обучение	123	6642
Экзаменационные сессии	22	1188
Практика	10	540
Дипломное проектирование	10	540
Итоговая аттестация	4	216
Каникулы	30	-
Итого	199	9126

7.3.2 При разработке учебного плана учреждения высшего образования по специальности учреждение высшего образования имеет право вносить изменения в график образовательного процесса при условии соблюдения требований к содержанию образовательной программы, указанных в настоящем образовательном стандарте.

7.3.3 При заочной форме получения высшего образования студенту должна быть обеспечена возможность занятий с лицами из числа профессорско-преподавательского состава в объеме не менее 200 часов в год.

7.4 Требования к структуре типового учебного плана по специальности

7.4.1 Типовой учебный план по специальности разрабатывается в соответствии со структурой, приведенной в таблице 2 образовательного стандарта.

Таблица 2

№ п/п	Наименование циклов дисциплин, учебных дисциплин и видов деятельности студента	Объем работы (в часах)			Зачетные единицы	Коды формируемых компетенций
		Всего	из них			
			аудиторные занятия	самостоятельная работа		
1	Цикл социально-гуманитарных дисциплин	440	212	228	12	
	<i>Государственный компонент</i>	<i>296</i>	<i>144</i>	<i>152</i>	<i>8</i>	
1.1	Интегрированный модуль «Философия»	152	76	76	4	АК-1,2,4-6,8; СЛК-3,5
1.2	Интегрированный модуль «История»	72	34	38	2	АК-1,4,6,8; СЛК-1-3,5,6
1.3	Интегрированный модуль «Политология»	72	34	18	2	АК-1,4,6,8; СЛК-1,2; ПК-18
	<i>Компонент учреждения высшего образования</i>	<i>144</i>	<i>68</i>	<i>76</i>	<i>4</i>	АК-6; СЛК-2, 3
2	Цикл общенаучных и общепрофессиональных дисциплин	1908	1016	892	49	
	<i>Государственный компонент</i>	<i>1164</i>	<i>622</i>	<i>542</i>	<i>30</i>	
2.1	Безопасность жизнедеятельности человека	108	68	40	3	АК-1, 6; СЛК-4
2.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)	54	34	20	2	АК-1, 4, 7,8; СЛК-1-3, 6
2.3	Основы информационных технологий	268	136	132	6	АК-7; ПК-11, 12
2.4	Иностранный язык	446	230	216	11	АК-8

№ п/п	Наименование циклов дисциплин, учебных дисциплин и видов деятельности студента	Объем работы (в часах)			Зачетные единицы	Коды формируемых компетенций
		Всего	из них			
			аудиторные занятия	самостоятельная работа		
2.5	Экономика	178	100	78	5	АК-6; СЛК-1; ПК-7, 15, 19
2.6	Социология	110	54	56	3	АК-6; СЛК-5
	<i>Компонент учреждения высшего образования</i>	<i>744</i>	<i>394</i>	<i>350</i>	<i>19</i>	АК-6; СЛК-5
3	Цикл специальных дисциплин	4146	2294	1852	109	
	<i>Государственный компонент</i>	<i>2414</i>	<i>1430</i>	<i>984</i>	<i>65</i>	
3.1	Введение в специальность	68	36	32	2	СЛК-1, 2
3.2	История и теория социальных коммуникаций	226	140	86	6	АК-1; СЛК-2
3.3	Речевая коммуникация	296	148	148	8	АК-2, 8; СЛК-3, 5; ПК-3, 4, 9, 12
3.4	Массовые коммуникации	410	222	188	10	АК-1; СЛК-1; ПК-1, 3, 4, 6, 13, 16, 17
3.5	Организационные коммуникации	122	72	50	3	АК-1; СЛК-6; ПК-2, 3, 5, 13-15, 19, 20
3.6	Социальная политика	214	120	94	6	СЛК-2; ПК-4-6,13,16-18
3.7	Интегрированные маркетинговые коммуникации	108	72	36	3	АК-1; ПК-3, 6, 16
3.8	Реклама	114	68	46	3	АК-5; ПК-1, 13, 15
3.9	Связи с общественностью	102	70	32	3	АК-8; СЛК-2; ПК-5, 10, 16, 17
3.10	Методология и методы исследований коммуникации	328	206	122	9	АК-2, 3; ПК-1, 3
3.11	Менеджмент	104	68	36	3	СЛК-6; ПК-4, 6-8
3.12	Маркетинг	222	140	82	6	ПК-1, 4, 5
3.13	Управление рисковыми и кризисными коммуникациями	100	68	32	3	АК-1; ПК-6, 9, 17
	<i>Компонент учреждения высшего образования</i>	<i>1732</i>	<i>864</i>	<i>868</i>	<i>44</i>	АК-1, 4, 7, 9; СЛК-6; ПК-4,10
4	Экзаменационные сессии	1188		1188	32	АК-1, 2, 4, 8, 9
5	Выполнение курсовых работ	80		80	2	АК-1, 3, 5, 6-9; ПК-4
6	Факультативные дисциплины	68	44	24		АК-4, 5, 8; СЛК-1
	Всего	7830	3566	4264	204	
7	Практика	540		540	15	АК-1-5; ПК-9,11,12,14,16
7.1	Учебно-исследовательская (учебная), 2 недели	108		108	3	
7.2	Научно-исследовательская (учебная), 2 недели	108		108	3	АК-1-3; ПК-1-3

№ п/п	Наименование циклов дисциплин, учебных дисциплин и видов деятельности студента	Объем работы (в часах)			Зачетные единицы	Коды формируемых компетенций
		Всего	из них			
			аудиторные занятия	самостоятельная работа		
7.3	Преддипломная, 6 недель	324		324	9	АК-4, 5; ПК-4, 5
8	Дипломное проектирование	540		540	15	АК-5; ПК-4, 10, 11
9	Итоговая аттестация	216		216	6	АК-1, 9; ПК-11
	Итого	9126	3566	5560	240	
10	Дополнительные виды обучения	/420	/420			
10.1	Физическая культура	/420	/420			СЛК-1, 4

7.4.2 На основании типового учебного плана по специальности разрабатывается учебный план учреждения высшего образования по специальности, в котором учреждение высшего образования имеет право изменять количество часов, отводимых на освоение учебных дисциплин, в пределах 15% а объемы циклов дисциплин – в пределах 10% без превышения максимального недельного объема нагрузки студента и при сохранении требований к содержанию образовательной программы, указанных в настоящем образовательном стандарте.

7.4.3 При разработке учебного плана учреждения высшего образования по специальности рекомендуется предусматривать учебные дисциплины по выбору студента, количество часов на которые составляет до 50% от количества учебных часов, отводимых на компонент учреждения высшего образования.

7.4.4 Перечень компетенций, формируемых при изучении учебных дисциплин компонента учреждения высшего образования, дополняется учреждением высшего образования в учебных программах.

7.4.5 Одна зачетная единица соответствует 36–40 академическим часам.

Сумма зачетных единиц при получении высшего образования в дневной форме должна быть равной 60 за 1 год обучения. Сумма зачетных единиц за весь период обучения при получении высшего образования в вечерней и заочной (в т. ч. дистанционной) формах должна быть равной сумме зачетных единиц за весь период обучения при получении высшего образования в дневной форме.

7.4.6 Учреждения высшего образования имеют право переводить до 40% предусмотренных типовым учебным планом по специальности аудиторных занятий в управляемую самостоятельную работу студента.

7.5 Требования к обязательному минимуму содержания учебных программ и компетенциям по учебным дисциплинам

7.5.1 Проектируемые результаты освоения учебной программы по учебной дисциплине государственного компонента каждого цикла представляются в виде обязательного минимума содержания и требований к знаниям, умениям и владениям.

7.5.2 Цикл социально-гуманитарных дисциплин устанавливается в соответствии с образовательным стандартом «Высшее образование. Первая ступень. Цикл социально-гуманитарных дисциплин», включающим обязательный минимум содержания и требования к компетенциям, и с учетом Концепции оптимизации содержания, структуры и объема социально-гуманитарных дисциплин в учреждениях высшего образования.

7.5.3 Цикл общенаучных и общепрофессиональных дисциплин:

Безопасность жизнедеятельности человека

Среда обитания, понятие экологических факторов и их классификация. Экологические опасности. Основы энергосбережения. Чрезвычайные ситуации природного, техногенного, биологического характера и защита от них. Социально опасные явления и защита от них. Первая помощь пострадавшим в чрезвычайной ситуации. Радиационная безопасность. Основы безопасности жизнедеятельности в быту. Основы безопасности жизнедеятельности на производстве. Современная цивилизация и катастрофы. Выживание в условиях автономного существования. Основы здорового образа жизни как фактора безопасности жизнедеятельности. Первая медицинская помощь при повреждениях и отравлениях.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- теоретические основы безопасности жизнедеятельности;
- правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности;
- характеристику и причины возникновения чрезвычайных ситуаций;
- последствия воздействия на человека травмирующих, вредных и поражающих факторов;
- правила поведения в чрезвычайных ситуациях;

уметь:

- распознавать источники опасности;
- предпринимать меры по спасению собственной жизни;
- оказывать первую помощь пострадавшим в чрезвычайной ситуации до прибытия профессиональных спасателей;

владеть:

- навыками правильного поведения в чрезвычайной ситуации;
- навыками оказания первой помощи пострадавшим;
- навыками психологической помощи и самопомощи в условиях стресса;
- навыками применения средств индивидуальной и коллективной защиты от негативных воздействий.

Белорусский язык (профессиональная лексика)

Белорусский язык как важнейший элемент национальной культуры, основа национальной идентификации. Белорусский язык как средство коммуникации. Структура и функции белорусского языка. Лексическая система белорусского языка. Белорусская терминология и источники ее формирования. Функциональные стили речи. Культура профессиональной речи.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- роль языка и речи в процессе социальных отношений;
- функции белорусского языка как основополагающего компонента национальной культуры;
- систему лексических, грамматических и стилистических средств белорусского языка;
- состав профессиональной лексики;

уметь:

- грамотно пользоваться устной и письменной разновидностями современного белорусского литературного языка;
- адекватно воспринимать профессиональные тексты и научную отраслевую информацию;
- переводить, аннотировать и реферировать профессионально-ориентированные тексты;
- составлять и вести на белорусском языке деловую документацию, готовить научные и публичные выступления и т. д.;

владеть:

- навыками языковой деятельности в системе функционально-стилевых разновидностей белорусского литературного языка;
- письменными и устными нормами современного белорусского литературного языка.

Основы информационных технологий

Информатика и информационные технологии в профессиональной деятельности. Аппаратное и программное обеспечение информационных технологий. Основные принципы автоматизации работы с текстом сложной структуры (в т.ч., содержащем таблицы, схемы, математические формулы, диаграммы и др. объекты). Осуществление математических расчетов в табличном процессоре, графическое представление данных. Использование информационных систем и электронных баз данных. Глобальное информационное пространство Интернет, социальные сети. Работа с мультимедиа.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- роль и место информационных технологий в профессиональной деятельности;
- назначение и принципы работы аппаратных средств, операционных систем и прикладных программ (текстовых, табличных процессоров, программ для разработки графических и мультимедийных продуктов, систем управления базами данных) при решении задач сбора, систематизации, обработки и хранения информации;
- возможности эффективного использования и пополнения ресурсов Интернет; принципы функционирования социальных сетей;

уметь:

- работать с файловой системой, прикладным программным обеспечением, проводить простейшие операции по обслуживанию компьютеров;
- редактировать и форматировать документы, содержащие текст, таблицы, рисунки, схемы, формулы, диаграммы, объекты мультимедиа, создавать простейшие пользовательские базы данных и проводить основные операции с ними, разрабатывать структуру, наполнять содержанием, выбирать дизайн слайдов для электронной презентации результатов учебно-исследовательской и профессиональной деятельности, применять электронные таблицы для обработки экспериментальных данных и математического моделирования;
- пользоваться основными возможностями, услугами и информационными ресурсами компьютерных сетей, в т.ч. сети Интернет;

владеть:

- навыками создания, форматирования, редактирования документов с помощью текстовых процессоров и редакторов, навыками работы с электронными таблицами;
- средствами эффективного поиска информации в Интернет, эффективного использования сетевых ресурсов учебной, научной и профессиональной деятельности.

Иностранный язык

Иностранный язык как средство межнационального и межличностного общения. Основные нормативные фонетические, грамматические, лексические правила. Виды речевой деятельности: восприятие, говорение, чтение, письмо на иностранном языке. Реферирование, аннотирование и перевод специальной литературы.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные фонетические, грамматические и лексические правила, позволяющие использовать иностранный язык как средство общения;
- особенности профессионально-ориентированной письменной и устной речи;

уметь:

- понимать тексты на темы, связанные с профессиональной деятельностью;
- находить необходимую информацию общего характера в таких материалах для каждодневного использования как письма, брошюры и короткие официальные документы;
- уверенно общаться на профессиональные темы из области личных и профессиональных интересов;

– пользоваться первичными навыками деловой переписки и оформления документации с использованием современных технологий;

– переводить аутентичные тексты по специальности с иностранного языка на родной язык с использованием словаря и справочников;

владеть:

– всеми видами чтения для работы со специализированной аутентичной литературой;

– навыками и умениями профессионально-ориентированной диалогической и монологической речи;

владеть навыками работы со справочниками по соответствующей отрасли науки.

Экономика

Экономическая теория: предмет и метод. Потребности и ресурсы. Экономические системы. Основы микроэкономики: спрос, предложение и рыночное равновесие. Теория фирмы. Рынки факторов производства и распределения доходов. Основы макроэкономики: основные показатели. Финансовая система и фискальная политика государства. Денежный рынок. Классификация организаций. Факторы производства: общая характеристика. Развитие кадрового потенциала организации. Общая характеристика производственного процесса. Инновационная и инвестиционная деятельность организации. Планирование деятельности организации. Анализ финансового состояния организации и пути его улучшения в рамках антикризисного управления.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные экономические понятия и категории;
- основные формы фискальной и денежно-кредитной политики;
- основные макро- и микроэкономические показатели, принципы их расчета;
- состав материальных, трудовых, финансовых ресурсов организации, показатели их эффективного использования;
- механизмы ценообразования, формы оплаты труда;
- основные показатели деятельности организации (предприятия).

уметь:

- проводить анализ рынка на основе известных экономических моделей;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды организации;
- использовать нормативные документы, регламентирующие деятельность организации;

владеть:

- экономическими методами анализа поведения потребителей, производителей, собственников ресурсов и государства;
- методологией расчета основных технико-экономических показателей деятельности организации;
- методами научного обоснования эффективности деятельности организации;
- методами анализа ресурсного потенциала организации.

Социология

Социология как научная дисциплина. Этапы развития социологической теории. Понятие общества. Структура общества, проблемы социального неравенства. Социальные общности. Социальные институты. Социология личности: проблемы социализации. Социальные отношения и социальные взаимодействия. Социальное поведение и социальный контроль. Социальные конфликты: виды и методы разрешения. Социальная динамика: виды социальных изменений. Глобализация и социальное развитие. Виды и методы социологических исследований.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- понятийный аппарат социологической науки;
- содержание основных теорий, объясняющих социальные явления и процессы;

ОСВО 1-23 01 15-2013

- понятие общества и основные этапы его развития;
- факторы и социальные последствия процессов глобализации;

уметь:

- применять основные законы социологии в профессиональной деятельности;
- анализировать явления и процессы, происходящие в обществе и организации;

владеть:

- категориальным аппаратом социологии;
- навыками разработки рекомендаций и принятия решений на основе анализа собранной эмпирической информации.

7.5.4 Цикл специальных дисциплин:

Введение в специальность

Содержание профессиональной деятельности, должности и карьера. Образовательный стандарт и типовой учебный план специальности. Дисциплины компонента учреждения высшего образования и дисциплины по выбору студента. Профессиональные компетенции специалиста. Организация аудиторной и внеаудиторной работы студентов. Развития способностей и потенциальных возможностей студентов, профессиональное самосовершенствование.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основную профессиональную терминологию;
- содержание профессиональной деятельности;
- международный опыт подготовки специалистов;
- требования образовательного стандарта;
- содержание учебного плана учреждения высшего образования по специальности;

уметь:

- определять задачи профессиональной деятельности;
- осуществлять аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу;
- определять свои способности и выбирать курсы по выбору студента;
- планировать профессиональную карьеру;

владеть:

- навыками учебы в учреждении высшего образования в соответствии с требованиями образовательного стандарта;
- коммуникативными навыками при осуществлении академической деятельности;
- навыками использования в учебе информационных ресурсов.

История и теория социальных коммуникаций

Элементы коммуникативного процесса. Эволюция средств и способов передачи информации. Происхождение языка. Письменность и ее роль в развитии культуры. Изобретение книгопечатания и его значение для развития коммуникационных процессов. Возникновение массовой прессы. Становление радиовещания и телевидения, особенности аудиовизуальных СМИ. Изобретение и развитие компьютерной техники. Интернет: глобализационные процессы и развитие новых медиа. Структура коммуникационного процесса. Вербальная и невербальная коммуникация. Публичная коммуникация. Пирамида уровней коммуникационного процесса. Межличностная коммуникация. Коммуникация в малых группах. Массовая коммуникация. Политическая коммуникация. Организационная коммуникация. Межкультурная коммуникация

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- место и роль коммуникации в общественном развитии в исторической ретроспективе;
- формы и уровни коммуникационного процесса;
- виды профессиональной коммуникации;

уметь:

- использовать в профессиональной деятельности модели коммуникации;
- применять теорию коммуникации для решения профессиональных задач;
- применять коммуникативные знания, умения и навыки в профессиональной сфере;

владеть:

- навыками анализа коммуникационных процессов в исторической ретроспективе и современных условиях;
- методами экспертной оценки коммуникационных проектов, мероприятий и кампаний.

Речевая коммуникация

Понятие речи и ее виды. Функциональные стили речи. Многообразие речевых жанров. Культура речи и речевой этикет. Монолог и диалог. Эристика как искусство спора. Классическая и неориторика. Речевые стратегии и тактики. Основные принципы и ключевые понятия социолингвистики. Дialeкты и социолекты. Моделирование языковых процессов в социолингвистике. Социальная коммуникация и теория дискурса. Язык и власть. Основные понятия и принципы семиологии. Основные семиотические школы: русский формализм, пражский лингвистический кружок, тартуско-московская школа, французский структурализм и постструктурализм, нарратология. Семиология У. Эко. Прикладная семиотика.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- приемы эффективных речевых коммуникаций;
- базовые направления и школы современной семиотики;
- основные концепции в изучении языков взаимодействия различных социальных групп;
- функциональные стили речевой коммуникации;

уметь:

- использовать приемы работы с языковым материалом для создания текстов, эффективно воздействующих на различные целевые группы;
- использовать коммуникативные стратегии и тактики;
- выявлять семиотические аспекты важнейших явлений современной культуры;

владеть:

- методами оценки стратегий речевого поведения языковых сообществ;
- приемами эффективного управления процессом социальной коммуникации;
- техникой речевого взаимодействия с аудиторией;
- методами семиотического и нарративного анализа текстов различных типов сообщений.

Массовые коммуникации

Массовое общество и массовая коммуникация. Массовая коммуникация как социальный институт. Основные концепции и модели массовой коммуникации. Исследования коммуникатора, аудитории, содержания и материалов средств массовой коммуникации, каналов и коммуникационных технологий. Массовая коммуникация на современном этапе развития ИКТ и Интернета: новые и социальные медиа. Экономика и менеджмент организаций, занимающихся коммуникационной деятельностью. Система правового регулирования коммуникации. Законодательство о средствах массовой информации в Республике Беларусь и других странах. Интеллектуальная собственность: авторское право и смежные права.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия и теоретические концепции массовой коммуникации;
- методы исследования массовой коммуникации;
- особенности коммуникации в информационном обществе;
- эффективные стратегии современного менеджмента СМИ;
- международные правовые документы в сфере регулирования коммуникации;
- правовые документы в сфере регулирования коммуникации в Республике Беларусь;

уметь:

- использовать в профессиональной деятельности новые и социальные медиа;
- разрабатывать и осуществлять стратегии эффективного менеджмента СМИ;
- осуществлять экспертизу соответствия материалов и процессов коммуникации действующему законодательству;

владеть:

- методологией исследований массовой коммуникации;
- методами управления организацией коммуникационной сферы;
- навыками экспертизы коммуникационных актов и материалов на соответствие действующему законодательству.

Организационные коммуникации

Теория организаций. Коммуникативные репрезентации организационной структуры. Методы исследования организационных коммуникаций. Внутри- и межорганизационные социальные сети. Социальный капитал организации. Коммуникативные подходы к организационной культуре. Организационная идентичность. Социальная власть: теории, формы, методы анализа. Процессы организационного научения. Компьютерно-опосредованные коммуникационные и информационные системы. Индивидуальное и групповое принятие решений.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- эволюцию организационных форм, коммуникационных и информационных технологий;
- механизмы влияния коммуникаций на организационную культуру, организационную идентификацию, на процессы принятия решений, организационного научения, власти и влияния;
- закономерности протекания коммуникативных процессов в традиционных и новых типах организаций;

уметь:

- планировать и осуществлять мероприятия по сопровождению организационных изменений и реформ;
- выявлять ключевые особенности организационного дискурса;
- управлять эффективными коммуникациями в организациях и через их посредство различными аспектами организационного поведения;

владеть:

- методами анализа коммуникативных аспектов организационного поведения;
- основами анализа социальных сетей в организациях;
- приемами управления коммуникациями в организации.

Социальная политика

Понятие и механизмы современного государственного управления. Коммуникация в системе государственного управления. Стратегия развития информационного общества в Республике Беларусь. Социальная политика в системе государственного управления. Социальная и некоммерческая реклама: понятие и функции в обществе. Правовые и этические нормы в социальной рекламе. Связи с общественностью в социальной сфере.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- структуру и механизмы современного государственного управления;
- основные направления и механизмы реализации социальной политики;
- функции социальной рекламы и связей с общественностью в социальной сфере;
- правовые и этические нормы, действующие в сфере социальной рекламы;

уметь:

- использовать ИКТ как инструмент обратной связи с органами государственной власти;
- осуществлять коммуникации с государственными и общественными организациями;
- осуществлять экспертизу социальной рекламы на стадии разработки и оценивать ее эффективность;

– планировать и осуществлять имиджевые, рекламно-информационные кампании и мероприятия;

владеть:

- правовыми и этическими нормами, действующими в сфере социальной рекламы;
- инструментами PR и рекламы в социальной сфере при продвижении социальных, некоммерческих и коммерческих проектов.

Интегрированные маркетинговые коммуникации

Понятие коммуникативной политики организации. Система маркетинговых коммуникаций организации. Модели маркетинговых коммуникаций: классический маркетинг и маркетинг взаимоотношений. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. Целевые аудитории маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговых коммуникаций организации. Планирование маркетинговых коммуникаций. Инструменты маркетинговых коммуникаций.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия и категории маркетинговых коммуникаций;
- модели маркетинговых коммуникаций организации;
- инструменты маркетинговых коммуникаций и возможности их использования;
- особенности интеграции маркетинговых коммуникаций организации;
- методы оценки эффективности маркетинговых коммуникаций организации;

уметь:

- разрабатывать стратегию продвижения продукта/услуги/организации;
- разрабатывать план маркетинговых коммуникаций;
- сочетать инструменты маркетинговых коммуникаций;
- оценивать эффективность маркетинговых коммуникаций;

владеть:

- терминологическим аппаратом маркетинговых коммуникаций;
- методами планирования маркетинговых коммуникаций организации;
- методами интеграции маркетинговых коммуникаций.

Реклама

Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Понятие и виды рекламной кампании. Реклама как инструмент формирования спроса, стимулирования сбыта. Имиджевая реклама. Планирование рекламной деятельности. Целевая аудитория рекламной кампании. Каналы распространения рекламы. Размещение рекламы. Цели. Разработка рекламных сообщений. Восприятие рекламы. Оценка эффективности рекламных сообщений и кампаний. Рынок рекламы и особенности рекламной деятельности в Республике Беларусь.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия и категории теории рекламы;
- историю развития отечественной и зарубежной рекламы;
- прикладные аспекты планирования и организации рекламной деятельности;
- прикладные аспекты создания и размещения рекламных обращений;
- методы оценки эффективности рекламных обращений и рекламной кампании;

уметь:

- разрабатывать план рекламной кампании;
- создавать рекламные обращения для различных каналов распространения рекламы;
- оценивать эффективность рекламных сообщений и рекламной кампании;

владеть:

- терминологическим аппаратом теории рекламы;
- методами планирования рекламной кампании;
- приемами создания рекламных обращений;
- методами оценки эффективности рекламной кампании.

Связи с общественностью

Связи с общественностью (PR) в системе маркетинговых коммуникаций. Структура и основные субъекты рынка PR-деятельности. Управление информационными потоками: информационные поводы; медиа-карты; информационные материалы для СМИ; имиджевые корпоративные документы; PR в электронных масс-медиа и Интернете; пресс-конференции; пресс-туры, приемы, выставки, дни открытых дверей; special events. Понятие PR-кампании; основные этапы; оценка эффективности. Антикризисное управление репутацией организации.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- сущность связей с общественностью как специфического вида коммуникационной деятельности, его отличия от журналистики, маркетинга, рекламы, пропаганды;
- предпосылки и историю развития PR сквозь призму моделей Грюнига-Ханта;
- специфику применения разнообразных технологий и инструментов PR-коммуникации в зависимости от поставленных задач и типа организации;

уметь:

- применять PR-коммуникации для достижения доверия и взаимопонимания между субъектом PR и общественностью;
- разрабатывать стратегию PR-деятельности и осуществлять на практике PR-проекты;

владеть:

- современными PR-технологиями и PR-инструментами;
- навыками проектной деятельности;
- методами оценки эффективности связей с общественностью.

Методология и методы исследования коммуникации

Цель, задачи, объект и предмет исследования. Количественные и качественные исследования, смешанная методология. Программа количественного исследования. Методы сбора данных: опросные методы, наблюдение. Анализ социальных сетей. Анализ документов и текстов. Исследовательские стратегии: генеральное и выборочное обследование, полевое исследование, исследование случаев, эксперимент. Методы выборочного отбора. Исследования влияния и рейтингов СМИ. Исследования интернет-ресурсов и аудитории. Медиапланирование: основные показатели. Эффективность коммуникации. Исследования рекламы: восприятие и эффективность.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- характеристики и функции программы социального исследования;
- основы теории выборки, обоснование ее репрезентативности;
- исследовательские стратегии;
- основные показатели медиапланирования;

уметь:

- разрабатывать программу и инструментарий социального исследования;
- формулировать и проверять дедуктивные и индуктивные гипотезы;
- осуществлять исследований СМИ, включая Интернет;
- осуществлять количественный и качественный анализ текстов;

владеть:

- методами сбора данных и материалов;
- методами изучения средств массовой информации и их аудитории, включая Интернет;
- методами исследования социальных сетей;
- методами оценки эффективности коммуникаций.

Менеджмент

Этапы и школы в истории научного менеджмента. Модели менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации. Власть, влияние и партнерство. Стиль руководства и лидерство. Планирование в системе менеджмента. Организационные отношения. Организационные

структуры и механизмы. Мотивация деятельности. Контроль и регулирование в системе менеджмента. Система менеджмента качества. Коммуникации в управлении. Моделирование ситуаций и разработка решений. Принятие управленческих решений.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные функции, принципы и методы менеджмента;
- виды управленческих решений;
- основные теории лидерства;
- основы планирования деятельности организации;
- социальные технологии мотивации персонала;
- основные положения системы менеджмента качества;

уметь:

- формулировать стратегические и тактические цели организации, строить дерево целей;
- планировать деятельность по управлению организацией;
- разрабатывать и обосновывать варианты эффективных управленческих решений;
- разрабатывать систему мотивации персонала организации;

владеть:

- современными методами управления персоналом;
- методами принятия управленческих решений;
- инструментами стратегического анализа;
- методами сбора и обработки управленческой информации;
- методами организационной диагностики.

Маркетинг

Маркетинг в системе стратегического планирования. Маркетинговая среда. Маркетинговые исследования и информационные системы. Маркетинговые стратегии. Потребительские рынки. Маркетинговый комплекс. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Особенности глобального рынка. Социальная ответственность и этика в маркетинге. Поведение потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Культурные, демографические, социальные, психологические факторы поведения потребителей. Сегментирование рынка, выбор целевого сегмента, позиционирование. Влияние маркетинговых коммуникаций на поведение потребителей. Методы исследований поведения потребителей. Защита прав потребителей.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- комплекс маркетинга;
- концепцию маркетинговых коммуникаций;
- роль маркетинговых исследований в выработке маркетинговой стратегии;
- процесс принятия решения потребителем;
- индивидуальные, культурные, социальные детерминанты поведения потребителей;
- основные стратегии сегментирования рынка потребителей;

уметь:

- осуществлять сегментирование рынка, выделять целевые сегменты;
- использовать инструменты маркетинговых коммуникаций для позиционирования на целевых сегментах;
- разрабатывать программу и инструментарий исследования поведения потребителей;

владеть:

- методами достижения конкурентных преимуществ;
- теоретической базой для анализа рынка конечных потребителей;
- методами изучения поведения потребителей.

Управление рисковыми и кризисными коммуникациями

Понятие риска. Технический и социокультурный подходы в организации рискованных коммуникаций. Теоретические модели рискованных коммуникаций: восприятия риска, когнитивного

шума, негативного доминирования, доверия. Стратегии минимальной, средней и максимальной коммуникации. Понятие кризиса. Классификация кризисов. Диагностика кризиса. Антикризисная маркетинговая политика. Основные принципы кризисных коммуникаций. Управление коммуникативными потоками в чрезвычайной ситуации. Работа с корпоративными Интернет-ресурсами в предкризисный период и во время кризиса.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- теоретические подходы к пониманию феноменов риска и кризиса;
- типологии рисков и кризисов и этапы развития кризисной ситуации;
- принципы организации процесса коммуникации в ситуациях риска и кризиса;
- методы управления персоналом в кризисной ситуации;
- методы исследований рискованных и кризисных коммуникаций;

уметь:

- определять зоны риска и возможности развития кризиса в организации;
- анализировать причины, последствия кризиса;
- разрабатывать варианты эффективных решений по разрешению кризисной ситуации;
- разрабатывать нормы и план коммуникации в ситуации риска и кризиса;
- осуществлять коммуникационную поддержку антикризисных мероприятий организации;
- проводить анализ материалов, размещенных в средствах массовой информации;

владеть:

- методами исследования рискованной и кризисной коммуникации;
- инструментами антикризисных коммуникаций;
- методами управления персоналом в кризисной ситуации.

7.5.5. Содержание учебных дисциплин компонента учреждения высшего образования, а также требования к компетенциям по этим учебным дисциплинам устанавливаются учебными программами учреждения высшего образования по учебным дисциплинам на основе требований настоящего образовательного стандарта.

7.6 Требования к содержанию и организации практик

При прохождении практики формируются или развиваются компетенции, приведенные в таблице 2 настоящего образовательного стандарта.

7.6.1 Учебно-исследовательская практика

Планирование исследований коммуникации, социальных и маркетинговых исследований. Разработка программы исследования: определение его целей и задач, объекта и предмета, инструментария исследования; генеральной совокупности, выборки и способов ее реализации. Разработка инструментария исследования и плана анализа данных.

7.6.2 Научно-исследовательская практика

Практическое освоение количественных и качественных методов сбора данных. Формирование умений и навыков в области обработки, анализа, интерпретации и представления данных исследований коммуникации, социальных и маркетинговых исследований. Практическое освоение методов количественного и качественного анализа документов и текстов, статистических методов обработки и анализа данных количественных исследований, методов обработки и анализа материалов качественных исследований. Подготовка данных исследований к презентациям, написание аналитической записки, отчета об исследовании.

7.6.3 Преддипломная практика

Сбор и анализ материала для выполнения дипломной работы по специальности. Изучение документов организации. Планирование и осуществление исследования внутренних или внешних коммуникаций организации. Оценка эффективности коммуникационной кампании. Разработка рекомендаций для организации по позиционированию, продвижению имиджа, товаров или услуг.

8 Требования к организации образовательного процесса

8.1 Требования к кадровому обеспечению образовательного процесса

Педагогические кадры учреждения высшего образования должны:

- иметь высшее образование, соответствующее профилю преподаваемых учебных дисциплин и, как правило, соответствующую научную квалификацию (ученую степень и (или) ученое звание);
 - заниматься научной и (или) научно-методической деятельностью;
 - не реже одного раза в 5 лет проходить повышение квалификации;
 - владеть современными образовательными, в том числе информационными технологиями, необходимыми для организации образовательного процесса на должном уровне;
- необладать личностными качествами и компетенциями, позволяющими эффективно организовывать учебную и воспитательную работу со студентами.

8.2 Требования к материально-техническому обеспечению образовательного процесса

Учреждение высшего образования должно располагать:

- материально-технической базой, необходимой для организации образовательного процесса, самостоятельной работы и развития личности студента;
- средствами обучения, необходимыми для реализации образовательных программ по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» (приборы, оборудование, инструменты, учебно-наглядные пособия, компьютеры, компьютерные сети, аудиовизуальные средства и иные материальные объекты).

8.3 Требования к научно-методическому обеспечению образовательного процесса

Научно-методическое обеспечение образовательного процесса должно соответствовать следующим требованиям:

- учебные дисциплины должны быть обеспечены современной учебной, справочной, иной литературой, учебными программами, учебно-методической документацией, учебно-методическими, информационно-аналитическими материалами;
- должен быть обеспечен доступ для каждого студента к библиотечным фондам, электронным средствам обучения, электронным информационным ресурсам (локального доступа, удаленного доступа) по всем учебным дисциплинам.

Научно-методическое обеспечение должно быть ориентировано на разработку и внедрение в образовательный процесс инновационных образовательных технологий, адекватных компетентностному подходу (вариативных моделей самостоятельной работы, модульных и рейтинговых систем обучения, тестовых и других систем оценивания уровня компетенций и т. п.).

8.4 Требования к организации самостоятельной работы студентов

Требования к организации самостоятельной работы устанавливаются законодательством Республики Беларусь.

8.5 Требования к организации идеологической и воспитательной работы

Требования к организации идеологической и воспитательной работы устанавливаются в соответствии с рекомендациями по организации идеологической и воспитательной работы в учреждениях высшего образования и программно-планирующей документацией воспитания.

8.6 Общие требования к формам и средствам диагностики компетенций

8.6.1 Конкретные формы и процедуры промежуточного контроля знаний обучающихся по каждой учебной дисциплине разрабатываются соответствующей кафедрой учреждения высшего образования и отражаются в учебных программах учреждения высшего образования по учебным дисциплинам.

8.6.2 Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным или конечным требованиям образовательной программы создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты, комплексные квалификационные задания, тематику курсовых работ и проектов, тематику рефератов, методические разработки по инновационным формам обучения и контролю за формированием компетенций, тематику и принципы составления эссе, формы анкет для проведения самооценки компетенций обучающихся и др. Фонды оценочных средств разрабатываются соответствующими кафедрами учреждения высшего образования.

Оценочными средствами должна предусматриваться оценка способности обучающихся к творческой деятельности, их готовность вести поиск решения новых задач, связанных с недостаточностью конкретных специальных знаний и отсутствием общепринятых алгоритмов.

8.6.3 Для диагностики компетенций используются следующие формы:

1. Устная форма.
2. Письменная форма.
3. Устно-письменная форма.
4. Техническая форма.

К устной форме диагностики компетенций относятся:

1. Собеседования.
2. Коллоквиумы.
3. Доклады на семинарских занятиях.
4. Доклады на конференциях.
5. Устные зачеты.
6. Устные экзамены.
7. Оценивание на основе деловой игры.
8. Тесты действия.
9. Другие.

К письменной форме диагностики компетенций относятся:

1. Тесты.
2. Контрольные опросы.
3. Контрольные работы.
4. Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.
5. Письменные отчеты по лабораторным работам.
6. Эссе.
7. Рефераты.
8. Курсовые работы.
9. Отчеты по научно-исследовательской работе.
10. Публикации статей, докладов.
11. Заявки на изобретения и полезные модели.
12. Письменные зачеты.
13. Письменные экзамены.
14. Стандартизированные тесты.
15. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
16. Оценивание на основе кейс-метода.
17. Оценивание на основе портфолио.
18. Оценивание на основе метода развивающейся кооперации.
19. Оценивание на основе проектного метода.
20. Оценивание на основе деловой игры.

21. Другие.

К устно-письменной форме диагностики компетенций относятся:

1. Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.
2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.
3. Отчеты по лабораторным работам с их устной защитой.
4. Курсовые работы с их устной защитой.
5. Зачеты.
6. Экзамены.
7. Защита дипломной работы.
8. Взаимное рецензирование студентами дипломных работ.
9. Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
10. Оценивание на основе метода развивающейся кооперации.
11. Оценивание на основе проектного метода.
12. Оценивание на основе деловой игры.
13. Оценивание на основе метода Дельфи.
14. Другие.

К технической форме диагностики компетенций относятся:

1. Электронные тесты.
2. Электронные практикумы.
3. Визуальные лабораторные работы.
4. Другие.

9 Требования к итоговой аттестации**9.1 Общие требования**

9.1.1 Итоговая аттестация осуществляется государственной экзаменационной комиссией.

9.1.2 К итоговой аттестации допускаются студенты, полностью выполнившие учебный план и учебные программы.

9.1.3 Итоговая аттестация студентов при освоении образовательных программ по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» проводится в форме государственного экзамена по специальности и защиты дипломной работы.

9.1.4 При подготовке к итоговой аттестации формируются или развиваются компетенции, приведенные в таблице 2 настоящего образовательного стандарта.

9.2 Требования к государственному экзамену

Государственный экзамен проводится на заседании государственной экзаменационной комиссии.

Программа государственного экзамена разрабатывается учреждением высшего образования в соответствии с Правилами проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

9.3 Требования к дипломной работе

Требования к структуре, содержанию, объему и порядку защиты дипломной работы определяются учреждением высшего образования на основе настоящего образовательного стандарта и Правил проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования.

Приложение
(информационное)

Библиография

[1] Кодекс Республики Беларусь об образовании. 13 янв. 2011 г., № 243-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 13. – 2/1795.

[2] Государственная программа развития высшего образования на 2011-2015 гг.: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 1 июля 2011 г., № 893 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2011. – № 79. – 5/34104.

[3] Общегосударственный классификатор Республики Беларусь. Специальности и квалификации: ОКРБ 011-2009. - Введ. 01.07.09. – Минск: М-во образования Респ. Беларусь: РИВШ, 2009. – 418 с.