

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Специальность: 1-23 81 08 Медиакоммуникации

Степень магистр коммуникаций
Срок обучения 2 года
(дневная форма)

1. График образовательного процесса

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

[illegible]

Обозначения: ☐ – теоретическое обучение ☒ – практика // – итоговая аттестация
☐: – экзаменационная сессия / – магистерская диссертация = – каникулы

III. План образовательного процесса

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам												Всего зачетных единиц	Код компетенции
				Всего	Аудиторных	Из них				I курс						II курс							
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 17 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 17 недель			4 семестр, 5 недель				
										Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц		
1.	Государственный компонент	1,1,1	1,1,2,2,2,4	1188	336	78		182	76	756	264	24	324	36	9	0	0	0	108	36	3	33	
1.1	Модуль "Философия и методология научного познания"	1		108	54	20		34	108	54	3											3	УК-4
1.2	Модуль "Иноязычные профессиональные практики"	1	2	324	138			138	216	102	6	108	36	3								9	
1.2.1	Иноязычная коммуникация в медиaprостранстве	1		216	102			102	216	102	6											6	УК-2
1.2.2	Иноязычная профессиональная коммуникация в межкультурных контекстах		2	108	36			36				108	36	3								3	УК-1
1.3	Модуль "Теория и методология медиакоммуникаций"	1	1	324	108	40		26	42	324	108	9										9	
1.3.1	Теория медиакоммуникаций	1		216	72	30			42	216	72	6										6	УК-5, УПК-1
1.3.2	Методология медиакоммуникаций		1	108	36	10		26		108	36	3										3	УК-3, УПК-3
1.4	Модуль "Исследовательский семинар"		1, 2, 2	324					108		3	216		6								9	
1.4.1	Научно-исследовательская работа		1, 2	216					108		3	108		3								6	УК-8, УПК-2
1.4.2	Курсовая работа		2	108								108		3								3	УК-7, УПК-1
1.5	Модуль "Педагогика высшей школы"		4	108	36	18		18			3							108	36	3	3	УК-6	
2.	Компонент учреждения образования	1,2,2,2,2,3,3,3,3,3,3,3,4	1,2,2,2,3,3,3,3,3,3,4	2376	856	304	26	378	148	324	108	9	756	300	21	1080	376	30	216	72	6	66	
2.1	Профиль 1 Корпоративные стратегические коммуникации	1,2,2,2,2,3,3,3,3,3,3,3,4	1,2,2,2,3,3,3,3,3,3,4	2376	856	304	26	378	148	324	108	9	756	300	21	1080	376	30	216	72	6	66	
2.1.1	Модуль "Текст в системе медиакультуры"	1	1	324	108	28		60	20	324	108	9										9	
2.1.1.1	Эффективный медиатекст	1		216	72	12		60		216	72	6										6	УК-2, 1СК-2
2.1.1.2	Современная медиакультура		1	108	36	16			20	108	36	3										3	УПК-1, 1СК-11
2.1.2	Модуль "Стратегический коммуникационный менеджмент"	2	2	216	104	32		38	34				216	104	6							6	
2.1.2.1	Аксиология и деонтология стратегических коммуникаций		2	108	52	18			34				108	52	3							3	УПК-2, 1СК-20
2.1.2.2	Менеджмент стратегических коммуникаций	2		108	52	14		38					108	52	3							3	УПК-4, 1СК-12
2.1.3	Модуль "Корпоративные стратегические коммуникации в национальной медиасреде"	2	2	216	88	32		24	32				216	88	6							6	
2.1.3.1	Национальная медиасреда Республики Беларусь	2		108	52	20			32				108	52	3							3	УК-5
2.1.3.2	Стратегический медиариелейшнз		2	108	36	12		24					108	36	3							3	УК-1, УПК-6, 1СК-1
2.1.4	Модуль "Технологии корпоративных стратегических коммуникаций"	2, 2	2	324	108	34	26	48					324	108	9							9	
2.1.4.1	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	2		108	36	12		24					108	36	3							3	УПК-4, 1СК-3
2.1.4.2	Корпоративные коммуникации в интернет-пространстве		2	108	36	10	26						108	36	3							3	УК-4, УПК-1, УПК-2, 1СК-4
2.1.4.3	Брендинговые корпоративные коммуникации	2		108	36	12		24					108	36	3							3	УПК-5, 1СК-7
2.1.5	Модуль "Корпоративные коммуникации в социокультурном контексте"		3, 3	216	88	38		32	18							216	88	6				6	
2.1.5.1	Корпоративные стратегии межсекторного взаимодействия		3	108	52	20		32								108	52	3				3	УПК-6, 1СК-16
2.1.5.2	Институциональные основы корпоративных стратегических коммуникаций		3	108	36	18			18							108	36	3				3	УПК-1, 1СК-18
2.1.6	Модуль "Стратегические коммуникации в бизнес-среде"	3	3	216	72	32		40								216	72	6				6	
2.1.6.1	Организационное поведение / Стратегическое управление персоналом		3	108	36	16		20								108	36	3				3	УПК-7, 1СК-15
2.1.6.2	Коммуникационный консалтинг / Инвестиционный консалтинг	3		108	36	16		20								108	36	3				3	УПК-6, 1СК-6
2.1.7	Модуль "Стратегические коммуникации в системе госуправления"	3, 3		216	72	30		20	22							216	72	6				6	
2.1.7.1	Иновационные стратегии управления / Технологии трендсеттинга	3		108	36	14			22							108	36	3				3	УПК-8, 1СК-8
2.1.7.2	Стратегическое управление пресс-службой / Стратегическое управление PR-отделом	3		108	36	16		20								108	36	3				3	УПК-7, 1СК-5
2.1.8	Модуль "Корпоративные практики коммуникационного взаимодействия"	3, 4	3, 3, 3, 4	648	216	78		116	22							432	144	12	216	72	6	18	
2.1.8.1	Корпоративные практики привлечения инвестиций / Корпоративные практики фандрайзинга		3	108	36	14		22								108	36	3				3	УК-2, УПК-5, 1СК-9
2.1.8.2	Корпоративные коммуникации с властными структурами / Технологии GR и лоббизм		3	108	36	14			22							108	36	3				3	УК-3, УПК-3, 1СК-13

2.1.8.3	Технологии комьюнити-менеджмента / Управление репутацией в блогосфере	3		108	36	12		24							108	36	3				3	УПК-7, 1СК-14
2.1.8.4	Городское развитие и городская медиасреда / Событийный менеджмент		3	108	36	12		24							108	36	3				3	УПК-3, 1СК-19
2.1.8.5	Стратегическое управление медиапроектом / Стратегическое управление образовательным проектом	4		108	36	14		22										108	36	3	3	УПК-4, 1СК-10
2.1.8.6	Корпоративные практики взаимодействия в гражданской среде / PR общественных организаций		4	108	36	12		24										108	36	3	3	УК-7, 1СК-17
3.	Факультативные дисциплины		/1,1	/144	/92	/30		/62		/144	/92	/4									/4	
3.1	Искусство презентации		/1	/36	/24	/10		/14		/36	/24	/1									/1	
3.2	Научная коммуникация		/1	/108	/68	/20		/48		/108	/68	/3									/3	
4.	Дополнительные виды обучения	/4, 4	/1, 3	/768	/316	/44		/212	/60						/428	/198		/340	/118		/20	
4.1	Иностранный язык	/4	/3	/420	/140			/140							/210	/70		/210	/70		/11	
4.2	Философия и методология науки	/4		/240	/104	/44		/60							/110	/56		/130	/48		/6	
4.3	Основы информационных технологий		/3	/108	/72			/72							/108	/72					/3	
Количество часов учебных занятий				3564	1192	382	26	560	224	1080	372	30	1080	336	30	1080	376	30	324	108	9	99
Количество часов учебных занятий в неделю										22				20		22		22				
Количество курсовых работ				1							1											
Количество экзаменов				13						4				4		4		1				
Количество зачетов				17						3				6		6		2				

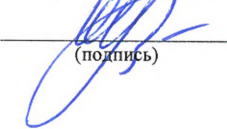
IV. Практики				V. Магистерская диссертация			VI. Итоговая аттестация	
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Защита магистерской диссертации	
Производственная	4	6	9	4	8	12		

VII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Быть способным к эффективному коммуникационному взаимодействию в межличностном, деловом и межкультурном контекстах, в том числе на иностранном языке, уметь руководить коллективом, проектом, предупреждать и разрешать конфликтные ситуации	1.2.2, 2.1.3.2, 2.2.1.1, 2.2.1.2
УК-2	Владеть способами и приемами устного и письменного речевого взаимодействия и аргументации для создания профессиональных текстов, в том числе на иностранном языке	1.2.1, 2.1.1.1, 2.1.8.1, 2.2.4.1.5
УК-3	Уметь разрабатывать модели исследуемых процессов, явлений и объектов и применять их к изучению современного медиапространства	1.3.2, 2.1.8.2, 2.2.2.7, 2.2.4.1.2
УК-4	Владеть методологией научного познания и быть готовым использовать её в практической деятельности	1.1, 2.1.4.2, 2.2.2.2, 2.2.2.4, 2.2.2.5, 2.2.4.1.3
УК-5	Быть способным использовать основные теории медиа и подходы к исследованию современного медиапространства	1.3.1, 2.1.3.1, 2.2.4.1.6
УК-6	Быть способным организовывать образовательный процесс с использованием педагогических инноваций и учетом личностных особенностей студентов, управлять качеством образовательного процесса	1.5, 2.2.4.1.1
УК-7	Уметь применять междисциплинарные научные знания для постановки и решения производственных задач	1.4.2, 2.1.8.6, 2.2.2.6, 2.2.3.5, 2.2.4.2.5
УК-8	Быть способным планировать, проектировать, организовывать и реализовывать научно-исследовательскую деятельность	1.4.1
УПК-1	Знать, понимать и уметь использовать теории и модели коммуникации в решении профессиональных задач	1.3.1, 1.4.2, 2.1.1.2, 2.1.4.2, 2.1.5.2, 2.2.1.2, 2.2.3.1
УПК-2	Владеть современными методами сбора, обработки, анализа, представления и распространения информации с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий	1.4.1, 2.1.2.1, 2.1.4.2, 2.2.1.3, 2.2.2.1, 2.2.2.3, 2.2.2.6, 2.2.3.3, 2.2.4.2.2
УПК-3	Выявлять проблемы, ставить задачи, планировать и осуществлять различные виды коммуникационных исследований, необходимых для принятия организационных решений и осуществления эффективной коммуникационной деятельности	1.3.2, 2.1.8.2, 2.1.8.4, 2.2.3.2, 2.2.4.1.4
УПК-4	Планировать, осуществлять и оценивать результаты коммуникационных проектов, кампаний и мероприятий, в том числе в сети Интернет	1.1.2.2, 2.1.4.1, 2.1.8.5, 2.2.3.4, 2.2.4.2.
УПК-5	Разрабатывать и оценивать эффективность коммуникационных стратегий по продвижению, позиционированию и формированию имиджа товаров, услуг, идей, персон и организаций	2.1.4.3, 2.1.8.1, 2.2.4.1.6, 2.2.4.2.1, 2.2.4.2.4, 2.2.4.2.6
УПК-6	Разрабатывать и оценивать эффективность коммуникационной политики организации	2.1.3.2, 2.1.5.1, 2.1.6.2
УПК-7	Определять концепцию, цель и задачи информационных ресурсов и потоков в организации, планировать и контролировать процесс их создания и функционирования	2.1.6.1, 2.1.7.2, 2.1.8.3, 2.2.3.5
УПК-8	Планировать и оценивать эффективность информационно-коммуникационной поддержки инновационных решений	2.1.7.1, 2.2.4.2.3
Профиль 1 1СК-1	Уметь планировать и выстраивать эффективную коммуникацию между корпоративным субъектом и разными типами медиа (СМИ, социальные сети, интернет-ресурсы, блоги и др.)	2.1.3.2
1СК-2	Владеть методами создания текстов разных типов, стилей и жанров в рамках коммуникационной стратегии организации с учетом целей и задач коммуникатора, а также специфики каналов и средств коммуникации	2.1.1.1
1СК-3	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки и реализации коммуникационных кампаний	2.1.4.1
1СК-4	Уметь проводить комплексные коммуникационные кампании в сети Интернет с использованием различных площадок (блоги, социальные сети, интернет-СМИ) с учетом целевых аудиторий проектов	2.1.4.2
1СК-5	Владеть основными принципами планирования и организации работы пресс-службы/PR-отдела, уметь налаживать творческую и организационную деятельность пресс-служб/PR-отделов государственных, коммерческих и общественных структур	2.1.7.2
1СК-6	Владеть основными принципами консалтинговой деятельности в сфере корпоративных стратегических коммуникаций	2.1.6.2
1СК-7	Уметь комплексно применять инструменты медиакоммуникации для формирования и продвижения успешного бренда	2.1.4.3
1СК-8	Применять инновационные подходы к деятельности субъектов корпоративных стратегических медиакоммуникаций	2.1.7.1
1СК-9	Владеть технологиями эффективной медиакоммуникации с инвесторами и спонсорами для реализации стратегических целей организации	2.1.8.1
1СК-10	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки стратегий и реализации отраслевых коммуникационных проектов	2.1.8.5
1СК-11	Применять знания о принципах и специфике современного этапа развития медиакультуры для разработки и реализации коммуникационных проектов	2.1.1.2
1СК-12	Владеть принципами анализа, планирования и управления стратегическими коммуникациями в организации	2.1.2.2
1СК-13	Владеть основными принципами планирования и организации работы с властными структурами	2.1.8.2
1СК-14	Уметь планировать и выстраивать эффективную медиакоммуникацию между корпоративным субъектом и разнообразными целевыми группами, включая местное население, партнеров, клиентов	2.1.8.3
1СК-15	Уметь планировать и выстраивать эффективную медиакоммуникацию между корпоративным субъектом и сотрудниками организации	2.1.6.1
1СК-16	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки и реализации стратегий межсекторного взаимодействия	2.1.5.1
1СК-17	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки стратегий и реализации коммуникационных проектов в секторе общественных организаций	2.1.8.6
1СК-18	Применять знания об институциональных основах корпоративных стратегических коммуникаций для организации эффективного взаимодействия корпоративного субъекта с целевыми группами	2.1.5.2
1СК-19	Владеть принципами организации разнообразных мероприятий в современном городском коммуникативном пространстве	2.1.8.4
1СК-20	Быть готовым при принятии профессиональных решений руководствоваться принципами необходимости согласования корпоративных и общественных интересов, учета социальных последствий предпринимаемых действий, целей устойчивого развития	2.1.2.1

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе и образовательным инновациям

 О.И. Чуприс
(И.О.Фамилия)

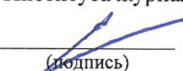
СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления учебной и научно-методической работы

 Л.М. Хухлындина
(И.О.Фамилия)

СОГЛАСОВАНО

И.о. директора Института журналистики

 О.М. Самусевич
(И.О.Фамилия)