

I. График образовательного процесса



УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Специальность: 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Форма получения образования: дневная

Квалификация:

СПЕЦИАЛИСТ ПО СОЦИАЛЬНЫМ КОММУНИКАЦИЯМ

Срок обучения: 4 года

I. График образовательного процесса

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Обозначения: ☐ – теоретическое обучение ☐ – учебная практика / – дипломное проектирование
☐ – экзаменационная сессия X – производственная практика // – итоговая аттестация = – каникулы

III. План образовательного процесса

[illegible]

№ 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						III курс						IV курс								
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 18 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 18 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 18 недель			6 семестр, 17 недель			7 семестр, 18 недель			8 семестр					
										Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов			Зач. единиц	
2.3.3	Компьютерный анализ данных		4	90	34	16			18									90	34	3													3			
2.3.4	Многомерный анализ данных	5		120	68	34			34													120	68	3										3		
2.3.5	Анализ и представление результатов социальных исследований		6	90	52	22			30																90	52	3							3		
2.4	Модуль «Информационные технологии и основы программирования»			506	300	96		204		110	68	3	90	52	3				96	60	3	120	68	3	90	52	3							15		
2.4.1	Основы информационных технологий		1.2	200	120	32		88		110	68	3	90	52	3																		6	СК-6		
2.4.2	Базы данных		4	96	60	20		40										96	60	3													3	СК-7		
2.4.3	Программирование для сбора, обработки и анализа данных		5	120	68	24		44													120	68	3											3	СК-8	
2.4.4	BI-аналитика	6		90	52	20		32																90	52	3								3	СК-9	
2.5	Модуль «Социально-экономическое поведение»			288	180	90			90				90	52	3				96	60	3				102	68	3							9		
2.5.1	Экономика и финансы организации	2		90	52	26			26				90	52	3																		3	СК-10		
2.5.2	Поведение потребителей	4		96	60	30			30									96	60	3													3	СК-11		
2.5.3	Социально-экономическая статистика	6		102	68	34			34															102	68	3								3	СК-12	
2.6	Модуль «Человек и культура»			292	158	80			78							196	98	6	96	60	3													9		
2.6.1	Цифровая антропология		3	106	64	32			32							106	64	3																3	СК-13	
2.6.2	Социолнгвистика		3	90	34	18			16							90	34	3																3	СК-14	
2.6.3	Семиотика	4		96	60	30			30									96	60	3														3	СК-15	
2.7	Модуль «Деловые коммуникации и персональная эффективность»			360	154	74			80							90	34	3				90	34	3				180	86	6				12		
2.7.1	Тайм-менеджмент / Управление стрессом и эмоциями		3	90	34	16			18				90	34	3																			3	СК-16	
2.7.2	Управление проектами / Персональный брендинг и самопрезентация		5	90	34	16			18												90	34	3											3	СК-17/ СК-18	
2.7.3	Ведение переговоров и деловое общение / Конфликт-менеджмент и основы медиации		7	90	34	16			18																		90	34	3						3	СК-19
2.7.4	Профессиональная этика и деловой этикет		7	90	52	26			26																		90	52	3						3	СК-20
2.8	Правовой модуль			286	156	80		16	60				90	36	3								90	52	3	106	68	3						9		
2.8.1	Основы управления интеллектуальной собственностью ⁵		3	90	36	20		16					90	36	3																			3	СК-21	
2.8.2	Основы хозяйственного и трудового права		6	90	52	26			26															90	52	3								3	СК-22	
2.8.3	Правовое регулирование коммуникации	7		106	68	34			34																	106	68	3						3	СК-23	
2.9	Модуль «Рекламные коммуникации и интернет-маркетинг»			444	272	130		70	72												236	136	6	102	68	3	106	68	3					12		
2.9.1	Реклама	5		116	68	34			34												116	68	3											3	СК-24	
2.9.2	Основы медиапланирования	5		120	68	30			38												120	68	3											3	СК-25	
2.9.3	Интернет-маркетинг и основы веб-аналитики	6		102	68	34		34																102	68	3								3	СК-26	
2.9.4	Основы SMM	7		106	68	32		36																			106	68	3					3	СК-27	
2.10	Модуль «Современные маркетинговые технологии»			270	102	48			54																		270	102	9						9	
2.10.1	Продюссерство и менеджмент культуры / Коммуникативное пространство виртуальной игровой реальности		7	90	34	16			18																		90	34	3					3	СК-28/ СК-29	
2.10.2	Веб-дизайн / Современный маркетинг и коммуникации в спорте и сфере развлечений		7	90	34	16			18																		90	34	3					3	СК-30/ СК-31	
2.10.3	Перфоманс-маркетинг / Креатив в маркетинге		7	90	34	16			18																		90	34	3					3	СК-32/ СК-33	
2.11	Модуль «Внешние и внутренние коммуникации организации»			328	204	98			106												116	68	3				212	136	6					9		
2.11.1	Связи с общественностью	5		116	68	34			34												116	68	3											3	СК-34	
2.11.2	Рисковые и кризисные коммуникации	7		106	68	30			38																	106	68	3						3	СК-35	
2.11.3	Менеджмент HR	7		106	68	34			34																	106	68	3						3	СК-36	
2.12	Модуль «Государственные и политические коммуникации»			282	172	86			86															192	120	6	90	52	3					9		
2.12.1	Социальная политика	6		102	68	34			34															102	68	3								3	СК-37	
2.12.2	Коммуникативные технологии в политическом процессе / GR-менеджмент	6		90	52	26			26															90	52	3								3	СК-38	
2.12.3	Социальная реклама	7		90	52	26			26																	90	52	3						3	СК-39	

№ 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						III курс						IV курс										
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 18 недель			2 семестр, 17 недель			3 семестр, 18 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 18 недель			6 семестр, 17 недель			7 семестр, 18 недель				8 семестр						
										Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов			Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц
2.13	Модуль «Частные профессиональные дисциплины»			360	136	64			72														180	68	6	90	34	3	90	34	3						12	
2.13.1	Межкультурная коммуникация / Основы журналистики		5	90	34	16			18														90	34	3											3	УК-4, СК-40/СК-41	
2.13.2	Популярная культура / Основы медиабизнеса		5	90	34	16			18													90	34	3												3	СК-42/СК-43	
2.13.3	Организационная культура / Визуальный анализ медиатекстов		6	90	34	16			18																	90	34	3								3	СК-44/СК-45	
2.13.4	Инновационный менеджмент / Маркетинговые исследования		7	90	34	16			18																				90	34	3					3	СК-46/СК-47	
3	Факультативные дисциплины*			/106	/94	/20			/70	/4	/36	/24										/36	/36		/34	/34												
3.1	Университетоведение		/1	/36	/24	/20			/4	/36	/24																											
3.2	Физическая культура			/70	/70				/70													/36	/36		/34	/34												
4	Дополнительные виды обучения			/1120	/1046	/58			/954	/34	/72	/72		/170	/136		/186	/186		/182	/182		/204	/184		/148	/148		/158	/138								
4.1	Физическая культура		/1-6	/350	/350				/350		/72	/72		/68	/68		/72	/72		/68	/68		/36	/36		/34	/34										УК-11	
4.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		/5	/54	/34	/6			/28													/54	/34													УК-10		
4.3	Основы предпринимательской деятельности		/7	/54	/34	/22			/12																			/54	/34							БПК-5		
4.4	Безопасность жизнедеятельности человека		/2	/102	/68	/30			/16	/22			/102	/68																						БПК-9		
4.5	Военная подготовка**	/6,7	/3-5	/560	/560				/560							/114	/114		/114	/114		/114	/114		/114	/114		/104	/104							БПК-9		
Количество часов учебных занятий				6914	3782	1678			544	1560	1070	584	32	918	548	26	1076	584	29	856	478	28	1072	562	30	868	480	27	1054	546	33							
Количество часов учебных занятий в неделю											32			32			32			28			31			28			30									
Количество курсовых проектов																																						
Количество курсовых работ				3							1			1			1			1																		
Количество экзаменов				34						4		5		5		5		5		5		5		5		5		5										
Количество зачетов				34						6		3		5		4		5		4		5		4		6												

IV. Учебные практики				V. Производственные практики				VI. Дипломное проектирование			VII. Итоговая аттестация
Название практики	Семестр	Неделя	Зачётных единиц	Название практики	Семестр	Неделя	Зачётных единиц	Семестр	Неделя	Зачётных единиц	Государственный экзамен по специальности Защита дипломной работы в ГЭК
Ознакомительная	2	1	2	Организационная	8	5	8	8	9	13	
Научно-исследовательская	4	2	3	Преддипломная	8	4	6				
Проектно-исследовательская	6	2	3								

VIII. Матрица компетенций

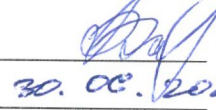
Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации	1.7, 1.8
УК-2	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий	1.7, 1.8
УК-3	Осуществлять коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1.2
УК-4	Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия	1.1.2, 1.6.4, 2.13.1
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.4.2, 1.6.1
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.3, 1.6.1,
УК-7	Обладать гуманистическим мировоззрением, качествами гражданственности и патриотизма	1.1.1, 1.1.2, 1.1.3
УК-8	Обладать современной культурой мышления, уметь использовать основы философских знаний в профессиональной деятельности	1.1.1
УК-9	Выявлять факторы и механизмы исторического развития, определять общественное значение исторических событий	1.1.3
УК-10	Использовать языковой материал в профессиональной деятельности на белорусском языке	4.2
УК-11	Владеть навыками здоровьесбережения	4.1
БПК-1	Анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе	1.5.3
БПК-2	Осуществлять и координировать взаимодействие с разными организациями, учреждениями и иными источниками информации и идей для создания проектов	1.6.4
БПК-3	Анализировать и оценивать процессы массовой коммуникации	1.6.2
БПК-4	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	1.6.3, 1.7, 1.8
БПК-5	Анализировать и оценивать экономические и социальные процессы, проявлять предпринимательскую инициативу	1.3, 4.3
БПК-6	Применять теоретический аппарат современной социологии для анализа социальных процессов	1.4.1
БПК-7	Характеризовать предпосылки возникновения и этапы развития социальной коммуникации	1.5.1
БПК-8	Применять теории и методы коммуникации для решения разнообразных информационно-коммуникационных задач в современном обществе	1.5.2
БПК-9	Применять основные методы защиты населения от негативного воздействия факторов антропогенного, техногенного и естественного происхождения	4.4
СК-1	Применять методы и приемы преодоления социальных противоречий и разрешения социальных конфликтов в профессиональной деятельности	2.1.1
СК-2	Анализировать и оценивать процессы социокультурной динамики общества	2.1.2
СК-3	Использовать социальные формы коммуникации посредством интернета для решения профессиональных задач	2.1.2
СК-4	Использовать базовые методы и приемы логики, риторики и теории аргументации для устной и письменной коммуникации различных типов	2.2
СК-5	Применять математические методы вычислений и статистический инструментарий для количественной оценки социальных явлений	2.3
СК-6	Использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности	2.4.1
СК-7	Управлять базами данных для решения задач профессиональной деятельности	2.4.2
СК-8	Применять навыки программирования для сбора, обработки и анализа данных	2.4.3
СК-9	Собирать, преобразовывать и презентовать информацию для бизнес-анализа	2.4.4
СК-10	Оценивать и прогнозировать экономическую и финансовую деятельность организаций	2.5.1
СК-11	Принимать экономически обоснованные решения с учетом мотивов поведения субъектов рыночной экономики	2.5.2
СК-12	Устанавливать статистические закономерности социально-экономических процессов	2.5.3
СК-13	Анализировать и оценивать социокультурные трансформации, связанные с распространением цифровых технологий	2.6.1
СК-14	Применять современные методы анализа языковых явлений для решения профессиональных задач	2.6.2
СК-15	Использовать методы семиотического анализа социокультурной среды в профессиональной деятельности	2.6.3
СК-16	Управлять стрессом и эмоциями, владеть приемами и методами целеполагания, планирования и тайм-менеджмента	2.7.1
СК-17	Применять навыки достижения поставленных целей для решения бизнес-задач	2.7.2
СК-18	Разрабатывать личный бренд, осуществлять самопрезентацию и самопозиционирование в профессиональной деятельности	2.7.2
СК-19	Анализировать, регулировать, разрешать конфликты в организациях	2.7.3
СК-20	Анализировать и оценивать внутригосударственную политическую коммуникацию, иметь навыки построения эффективной коммуникации бизнеса с органами государственной власти	2.7.4

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
СК-21	Применять нормы международного и национального законодательства в процессе создания и реализации объектов интеллектуальной собственности	2.8.1
СК-22	Применять нормы национальных нормативных правовых актов в профессиональной деятельности	2.8.2
СК-23	Разрешать правовые коллизии в сфере коммуникации	2.8.3
СК-24	Планировать рекламную деятельность и разрабатывать рекламные сообщения	2.9.1
СК-25	Устанавливать цели и задачи размещения рекламы, составлять на их основе план размещения рекламы, используя данные аудиторных медиаисследований	2.9.2
СК-26	Владеть современными методами продвижения торговых марок и продажи услуг и товаров в интернете и основными инструментами веб-аналитики	2.9.3
СК-27	Применять инструменты планирования и оценки маркетинга в социальных сетях	2.9.4
СК-28	Разрабатывать, реализовывать и оценивать социально-культурные и продюсерские проекты	2.10.1
СК-29	Анализировать, планировать и оценивать коммуникацию в сфере объектов виртуальной игровой реальности	2.10.1
СК-30	Анализировать и оценивать пользовательские веб-интерфейсы для сайтов или веб-приложений	2.10.2
СК-31	Применять маркетинговые инструменты для продвижения продуктов и услуг в сфере спорта и развлечений	2.10.2
СК-32	Разрабатывать комплексную стратегию интеграции инструментов интернет-маркетинга с постановкой финансово-измеримых результатов	2.10.3
СК-33	Использовать креативные техники при создании торговых марок и рекламных текстов	2.10.3
СК-34	Разрабатывать комплексное PR-обеспечение субъекта общественных связей	2.11.1
СК-35	Организовывать процессы коммуникации в ситуациях риска и кризиса в различных сферах общественной жизни	2.11.2
СК-36	Осуществлять эффективное планирование и контроль человеческих ресурсов организации	2.11.3
СК-37	Разрабатывать научно-методическое и практическое обеспечение информационно-коммуникационных процессов в социальной сфере	2.12.1
СК-38	Анализировать и оценивать внутригосударственную политическую коммуникацию, иметь навыки построения эффективной коммуникации бизнеса с органами государственной	2.12.2
СК-39	Создавать социальный продукт, направленный на изменение моделей общественного поведения	2.12.3
СК-40	Эффективно коммуницировать с представителями других культур	2.13.1
СК-41	Осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	2.13.1
СК-42	Применять теоретический аппарат современных культурных исследований для анализа динамики и трансформации популярной культуры	2.13.2
СК-43	Выявлять движущие силы, прогнозировать основные тенденции развития СМИ как отрасли экономики	2.13.2
СК-44	Анализировать и оценивать культуру организации	2.13.3
СК-45	Применять методы и приемы визуального анализа текстов, производимых и распространяемых системой СМИ	2.13.3
СК-46	Разрабатывать план продвижения инновационных продуктов организации, популяризировать их в СМИ	2.13.4
СК-47	Планировать и проводить маркетинговые исследования	2.13.4

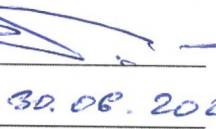
¹ Допускается совмещение учебной практики с теоретическим обучением.
² Курсовая работа выполняется по одной из учебных дисциплин модуля 1.5.
³ Курсовая работа выполняется по одной из специальных дисциплин, изучаемых в 3 и 4 семестрах.
⁴ Курсовая работа выполняется по одной из специальных дисциплин, изучаемых в 5 и 6 семестрах.
⁵ При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации» учебная дисциплина «Основы управления интеллектуальной собственностью» планируется в качестве дисциплины компонента учреждения высшего образования или дисциплины по выбору.
*Совет факультета имеет право пересматривать перечни факультативных дисциплин.
**Для обучающихся по программе подготовки младших командиров и офицеров запаса.

Разработан на основе типового учебного плана по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», утвержденного 30.06.2021 (регистрационный № E-23-1-009/пр-тип.).

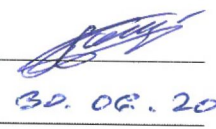
Проректор по учебной работе и образовательным инновациям
Белорусского государственного университета


О.Н. Здрок
30.06.2021

Декан факультета философии и социальных наук

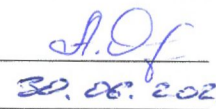

В.Ф. Гигин
30.06.2021

Заведующий кафедрой социальной коммуникации

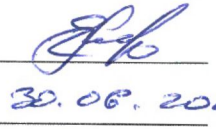

И.В. Пинчук
30.06.2021

Рекомендован к утверждению Научно-методическим советом
Белорусского государственного университета
Протокол № 7 от 30.06.2021 г.

СОГЛАСОВАНО
Зам. Начальник Главного управления образовательной деятельности
Белорусского государственного университета


Е.А. Михасёва
30.06.2021

Эксперт-нормоконтролер


Е.В. Мельник
30.06.2021