

А.Д. Король
2023 г.
Регистрационный № 18-67/4-24/01

Форма получения образования: дневная

Срок обучения: 4 года

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

[illegible]

Обозначения: ☐ — теоретическое обучение ☐ — учебная практика ☐ — дипломное проектирование ☐ — каникулы
☐ — экзаменационная сессия ☐ — производственная практика ☐ — итоговая аттестация

№ п/п	Название цикла, модуля, учебной дисциплины, кур- сового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов						Распределение по курсам и семестрам																								Всего зачетных единиц	Код ком- петен- ции		
				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				
	Государственный компонент			3556	1806	528	76	1136	66	928	498	24	834	428	22	860	428	22	562	292	15	332	160	9	40		1									93	
1.1	Социально-гуманитарный модуль-1			324	162	96			66	324	162	9																							9		
1.1.1	История белорусской государственности	1		108	54	36			18	108	54	3																							3	УК-7	
1.1.2	Философия	1		108	54	28			26	108	54	3																							3	УК-8	
1.1.3	Современная Политэкономия	1		108	54	32			22	108	54	3																							3	УК-9	
1.2	Модуль «Обще-профессиональные дисциплины»			352	192	72			120	126	72	3	226	120	6																				9	УК-1,5, БПК-3,6	
1.2.1	Основы информа-ционно-коммуника-ционной деятельности	1		126	72	24			48	126	72	3																							3		
1.2.2	История и теория коммуникации		2	116	68	24			44				116	68	3																				3		
1.2.3	Основы журналистики	2		110	52	24			28				110	52	3																				3		
1.3	Модуль «Медиа-лингвистика»			968	560	108			452	368	212	9	348	204	9	252	144	6																	24	БПК-1,8	
1.3.1	Язык средств массо-вой коммуникации	1,2 3		368	212	72			140	126	72	3	116	68	3	126	72	3																	9		
1.3.2	Речевая коммуника-ция и культура речи		1	116	68	24			44	116	68	3																							3		
1.3.3	Иностранный язык	3	1,2	368	212				212	126	72	3	116	68	3	126	72	3																	9	УК-3	
1.3.4	Стилистика и редактирование медиатекстов	2		116	68	12			56				116	68	3																				3		
1.4	Модуль «Литера-турный процесс и социум»			566	280	120			160	110	52	3	110	52	3	236	124	6	110	52	3														15	УК-5 БПК-9	
1.4.1	Зарубежная Литература	2	1	220	104	48			56	110	52	3	110	52	3																				6		
1.4.2	Русская литература	3		126	72	24			48							126	72	3																			

№ п/п	Название цикла, модуля, учебной дисциплины, кур- сового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов				Распределение по курсам и семестрам																								Всего зачетных единиц	Код ком- петен- ции		
				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
1.6	Модуль «Медиа-технологии»			316	140	36	36	68							206	88	6	110	52	3												9	УК-1, БПК-8,11		
1.6.1	Технологии созда- ния медиатекстов		3	110	52	12		40							110	52	3															3			
1.6.2	Техника речи		3	96	36		36								96	36	3															3			
1.6.3	Копирайтинг		4	110	52	24		28										110	52	3												3			
1.7	Модуль «Теория и методология ре- кламы и связей с общественностью»			232	136	24		112										232	136	6												6	УК-4, БПК-4, 10		
1.7.1	Теория связей с общественностью	4		116	68	12		56										116	68	3												3			
1.7.2	Теория рекламы	4		116	68	12		56										116	68	3												3			
1.8.	Модуль «Правовые и этические нормы коммуникации»			206	88	24		64													206	88	6									6	УК-6 БПК-5		
1.8.1	Этика коммуникационной деятельности	5		96	36	12		24													96	36	3									3			
1.8.2	Правовое регулиро- вание коммуникаций	5		110	52	12		40													110	52	3									3			
1.9	Модуль «Курсовая работа»*			120							40		1	40		1								40		1						3	УК-1,5 БПК-1,2		
1.9.1	Курсовая работа 1			40							40		1																			1			
1.9.2	Курсовая работа 2			40										40		1																1			
1.9.3	Курсовая работа 3			40																				40		1						1			
2.	Компонент учре- ждения высшего образования			3618	1646	516	40	1038	52	108	54	3	198	88	6	192	72	6	412	190	12	678	336	18	928	436	27	1102	470	33		105			
2.1	Социально-гуманитарный модуль-2**			216	108	56			52	108	54	3	108	54	3																	6			
2.1.1	Основы права/ Политология		1	108	54	28			26	108	54	3																				3	УК-12,13		
2.1.2	Социальная психо- логия /Социология		2	108	54	28			26				108	54	3																	3	УК-14,15		
2.2	Идеологические процессы в инфор- мационном обще- стве		2	90	34	20		14					90	34	3																	3	БПК-12		
2.3	Модуль «Проект- ный менеджмент»			398	174	48		126							96	36	3	90	34	3	96	36	3	116	68	3						12	СК-14		
2.3.1	Выпуск учебного проекта	4	3	186	70	24		46							96	36	3	90	34	3												6			
2.3.2	HR-менеджмент	5		96	36	12		24													96	36	3									3			
2.3.3	Информационный менеджмент в веб-среде		6	116	68	12		56															116	68	3							3			
2.4	Модуль «Коммуникация государственного / негосударственного сектора»			302	124	44		80							96	36	3	96	36	3	110	52	3									9	СК-1, 7,10		
2.4.1	Публичная политика и государственное управление в ин- формационном об- ществе	3		96	36	20		16							96	36	3															3	СК-16		
2.4.2	Взаимодействие государства и бизне- са (теория и практи- ка GR)		4	96	36	12		24								96	36	3														3			
2.4.3	Внутриорганиза- ционная коммуникация		5	110	52	12		40													110	52	3									3			
2.5	Модуль «Комму- никация в сфере культуры»			518	244	84		160										116	68	3	126	72	3	180	68	6	96	36	3			15	СК-13		
2.5.1	Культурология	4		116	68	24		44										116	68	3												3			
2.5.2	Менеджмент и мар- кетинг в культуре	5		126	72	24		48													126	72	3									3			
2.5.3	Медиариторика	6		90	34	12		22															90	34	3							3			
2.5.4	Дисциплины по вы- бору (1 из 2)																																		
2.5.4.1	Гендерная коммуникация / Невербальная ком- муникация		6	90	34	12		22															90	34	3							3	СК-2		
2.5.4.2	Деловая коммуникация/ Межкультурная коммуникация		7	96	36	12		24																		96	36	3				3	СК-2,3,8		

2.6	Модуль «Практика профессиональной деятельности»			406	174	24		150										110	52	3	110	52	3	90	34	3	96	36	3				12	СК-4, 5,12,
2.6.1	Практика рекламной деятельности		4	110	52			52										110	52	3													3	
2.6.2	Специфика работы в кадре		5	110	52			52													110	52	3										3	СК-19
2.6.3	Профессиональное мастерство	6,7		186	70	24		46																90	34	3	96	36	3				6	
2.7	Модуль «Имиджмейкинг и бренд-менеджмент»			220	104	24	40	40													110	52	3	110	52	3							6	СК-3,11,15
2.7.1	Брендинговые Коммуникации		5	110	52	12		40													110	52	3										3	
2.7.2	Управление имиджем и репутацией		6	110	52	12	40																	110	52	3							3	
2.8	Модуль «Антикризисные коммуникации»			206	94	24		70																206	94	6							6	СК-6
2.8.1	Антикризисная коммуникация / Риск-менеджмент	6		90	34	12		22																90	34	3							3	
2.8.2	Психология коммуникации / Конфликтология		6	116	60	12		48																116	60	3							3	
2.9	Профилизация****	6,65,77,77,77,77,77,77		1262	590	192		398													126	72	3	226	120	6	910	398	27				36	
2.9.1	PR-коммуникации с целевыми аудиториями	6	5	242	140	48		92													126	72	3	116	68	3							6	БПК-5
2.9.2	Методы исследования в рекламной и PR-коммуникации	6		110	52	12		40																110	52	3							3	СК-2
2.9.3	Эффективность рекламной и PR-деятельности	7		110	52	12		40																			110	52	3				3	БПК-5
2.9.4	Политическая коммуникация	7		110	52	24		28																			110	52	3				3	СК-9
2.9.5	Информационный маркетинг в веб-среде	7		110	52	24		28																			110	52	3				3	БПК-7
2.9.6	Научная коммуникация и журналистика	7		96	36	12		24																			96	36	3				3	СК-18
2.9.7	Геобрендинг		7	96	36	12		24																			96	36	3				3	СК-2,3
2.9.8	Коммуникации в системе международных отношений		7	96	36	12		24																			96	36	3				3	СК-2,3
2.9.9	Социальная реклама		7	96	36	12		24																			96	36	3				3	СК-2,3
2.9.10	Контент-менеджмент		7	96	36	12		24																			96	36	3				3	СК-2,3
2.9.11	Поведение потребителей		7	100	62	12		50																			100	62	3				3	СК-17
2.10	Факультативные дисциплины****																																	
2.10.1	Университетоведение		/1	/40	/26			/26			/40	/26																						БПК-14
2.10.2	Корпоративные медиа		/1	/68	/36			/36			/68	/36																						БПК-16
2.10.3	Академическое письмо		/2	/68	/34			/34					/68	/34																				СК-2
2.10.4	Современная пресс-служба		/3	/68	/36			/36							/68	/36																		СК-10
2.10.5	Комьюнити-менеджмент		/4	/68	/34			/34									/68	/34																СК-11
2.10.6	Организация деятельности коммуникационного агентства		/4	/68	/34			/34									/68	/34																
2.10.7	КСО-деятельность		/5	/68	/36			/36										/68	/36															СК-9
2.10.8	Специальные спортивные оздоровительные компетенции			/70	/70			/70											/36	/36		/34	/34											УК-11
2.11	Дополнительные виды обучения																																	
2.11.1	Физическая Культура		/1-6	/350	/350	/10		/340			/72	/72		/68	/68		/72	/72		/68	/68		/36	/36		/34	/34							УК-11
2.11.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		/1	/54	/34	/6		/28	/54	/34																								УК-10
2.11.3	Безопасность жизнедеятельности человека***		/4	/108	/68	/30		/38									/108	/68																БПК-13
2.11.4	Основы управления интеллектуальной собственностью		/5	/90	/36	/20		/16											/90	/36														БПК-15
2.11.5	Основы предпринимательской деятельности		/7	/54	/34	/20		/14																			/54	/34						УК-5,6

Количество часов учебных занятий	7174	3452	1044	116	2174	118	1036	552	27	1032	516	28	1052	500	28	974	482	27	1010	496	27	968	436	28	1102	470	33				198	
Количество часов учебных занятий в неделю							31				30		28			28			28			26			26							
Количество курсовых работ	3										1		1									1										
Количество курсовых проектов																																
Количество экзаменов	34						5			5		5		5		5		4		5		5		5								
Количество зачетов	31						4			4		4		4		4		5		5		4		6								

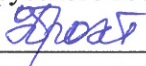
IV. Учебные практики				V. Производственные практики				VI. Дипломное проектирование			VII. Итоговая аттестация
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	1. Государственный экзамен по специальности, специализации 2. Защита дипломной работы в ГЭК
Ознакомительная	2	4	5	Информационно-коммуникационная	6	4	5	8	7	11	
Информационная	4	4	5	Специализированная	8	5	8				
				Преддипломная	8	5	8				

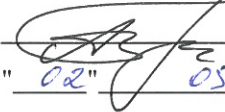
VIII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации	1.6, 1.9, 1.2
УК-2	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий	1.5
УК-3	Осуществлять коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1.3.3
УК-4	Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия	1.7
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.2, 1.4, 1.9, 2.11.5
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.8, 2.11.5
УК-7	Обладать способностью анализировать процессы государственного строительства в разные исторические периоды, выявлять факторы и механизмы исторических изменений, определять социально-политическое значение исторических событий (личностей, артефактов и символов) для современной белорусской государственности, в совершенстве использовать выявленные закономерности в процессе формирования гражданской идентичности	1.1.1
УК-8	Обладать современной культурой мышления, гуманистическим мировоззрением, аналитическим и инновационно-критическим стилем познавательной, социально-практической и коммуникативной деятельности, использовать основы философских знаний в профессиональной деятельности, самостоятельно усваивать философские знания и выстраивать на их основании мировоззренческую позицию	1.1.2
УК-9	Обладать способностью анализировать экономическую систему общества в ее динамике, законы ее функционирования и развития для понимания факторов возникновения и направлений развития социально-экономических систем, их способности удовлетворять потребности людей, выявлять факторы и механизмы политических и социально-экономических процессов, использовать инструменты экономического анализа для оценки политического процесса принятия экономических решений и результативности экономической политики	1.1.3
УК-10	Использовать основные понятия и термины специальной лексики белорусского языка в профессиональной деятельности	2.11.2
УК-11	Использовать средства физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, профилактики заболеваний	2.10.8, 2.11.1
УК-12	Использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности, владеть навыками поиска нормативных правовых актов, анализа их содержания и применения в непосредственной профессиональной деятельности.	2.1.1
УК-13	Анализировать политические события, процессы, отношения, владеть культурой политического мышления и поведения, использовать основы политических знаний для формирования культуры осознанного и рационального политического выбора, утверждения социально ориентированных ценностей.	2.1.1
УК-14	Анализировать социально-психологические явления в социуме и прогнозировать тенденции их развития, использовать социально-психологические знания при управлении коллективной работой в профессиональной деятельности, эффективно использовать навыки делового общения в профессиональной среде.	2.1.2
УК-15	Анализировать происходящие в обществе процессы, осуществлять их социологическую диагностику, прогнозировать, упреждать или минимизировать последствия кризисных явлений в различных сферах жизнедеятельности.	2.1.2
БПК-1	Анализировать, комментировать и реферировать тексты средств массовой коммуникации, обобщать результаты анализа текстов, используя современные методики и методологии, передовой отечественный и зарубежный опыт	1.3, 1.9
БПК-2	Оперировать основными понятиями и методами статистики, применять статистический инструментарий, устанавливать статистические закономерности развития для количественной оценки массовых социально-экономических явлений и процессов	1.9
БПК-3	Проводить сбор, обработку, анализ и распространение информации в области корпоративной коммуникации, рекламы и связей с общественностью с использованием современных цифровых технологий	1.2, 1.5
БПК-4	Осуществлять мониторинг, разработку, реализацию и оптимизацию каналов, инструментов и средств коммуникации в организациях	1.7
БПК-5	Анализировать базовые модели коммуникации как когнитивные конструкции, концептуально отображающие содержание процессов информационного воздействия и взаимодействия в различных сферах	1.8, 2.9.1, 2.9.3
БПК-6	Планировать, разрабатывать и реализовывать стратегии, кампании и мероприятия по продвижению, позиционированию и репозиционированию имиджа товаров, услуг, идей, организаций, СМИ	1.2
БПК-7	Использовать принципы и технологии для активизации и оптимизации внутриорганизационного взаимодействия в различных типах организаций	2.9.5
БПК-8	Создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты	1.3, 1.6
БПК-9	Применять знания о достижениях мировой и отечественной культуры и литературы в процессе создания медиатекстов	1.4
БПК-10	Применять технологии и инструменты ретроспективного анализа развития рекламы, определять экономическую и социальную эффективность рекламных мероприятий, проводить маркетинговые исследования рынка рекламы	1.7
БПК-11	Использовать знания особенностей инноваций и создавать креативные рекламные обращения к потребителям товаров и услуг	1.6
БПК-12	Анализировать идеологические процессы в глобальном информационном обществе и использовать результаты анализа в практической деятельности журналиста	2.2
БПК-13	Применять основные методы защиты населения от негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать здоровые и безопасные условия труда	2.11.3
БПК-14	Осознавать феномен и миссию университета, оценивать современное состояние систем высшего образования на основе анализа важнейших этапов развития университетов стран мира, характеристики роли и значения деятельности Белорусского государственного университета.	2.10.1
БПК-15	Применять нормы международного и национального законодательства в процессе создания и реализации объектов интеллектуальной собственности	2.11.4
БПК-16	Обладать способностью логического анализа, логико-коммуникативными техниками аргументации на основе знаний законов и принципов рационального мышления, применять законы логики в общественной и профессиональной деятельности	2.10.2
СК-1	Организовывать взаимодействие со средствами массовой информации, пресс-центрами, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью	2.4
СК-2	Осуществлять гармоничную и эффективную коммуникацию организации / персоны с их целевыми аудиториями	2.5.4.1, 2.5.4.2, 2.9.2, 2.9.7, 2.9.8, 2.9.9, 2.9.10, 2.10.3
СК-3	Формировать положительный имидж и репутацию организации / персоны у целевых аудиторий	2.5.4.2, 2.7, 2.9.7, 2.9.8, 2.9.9, 2.9.10
СК-4	Выявлять закономерности, прогнозировать тенденции в развитии коммуникационной деятельности организации	2.6
СК-5	Проводить мониторинг, диагностику и вырабатывать рекомендации по оптимизации коммуникационной политики организации	2.6
СК-6	Проводить конфликтологическую экспертизу, предлагать пути и средства решения проблем в социально-коммуникативной сфере	2.8
СК-7	Осуществлять информационно-коммуникационную поддержку инновационных мероприятий в организациях, содействовать повышению инновационного потенциала организаций	2.4
СК-8	Понимать специфику и закономерности ведения деловых переговоров с различными целевыми аудиториями, соблюдать профессионально-этические нормы делового общения, находить конструктивные решения в ситуациях морального выбора, работать в команде в стрессовой ситуации	2.5.4.2
СК-9	Характеризовать положения национального законодательства в области развития бизнеса, выявлять неурегулированные аспекты и разрабатывать рекомендации по совершенствованию действующего законодательства	2.9.4, 2.10.7
СК-10	Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной структуры управления организации, применять современные техники принятия управленческих решений, оценивать эффективность управления и конкурентоспособность организации	2.4, 2.10.4

СК-11	Применять техники разработки речевого аппарата для качественного звучания голоса в прямом эфире или записи, основные принципы расстановки акцентов при озвучивании аудиовизуальных медиатекстов	2.7, 2.10.5
СК-12	Создавать графические образы и шрифтовые композиции, работать с цветом, формой и дизайном при проектировании элементов фирменного стиля и рекламных продуктов	2.6
СК-13	Применять навыки создания рекламных текстов, их литературного редактирования и копирайтинга	2.5
СК-14	Планировать и организовывать мероприятия по продвижению на рынке товаров и услуг, используя инструментарий маркетинговых исследований	2.3
СК-15	Применять технологии брендинга в системе рекламных коммуникаций, продвигать бренды на рынке	2.7
СК-16	Производить анализ различных форм и методов публичной политики, разбираться в процессах и институтах государственного управления и применять имеющиеся знания в профессиональной деятельности.	2.4.1
СК-17	Формировать коммуникативную среду для бесшовного и эффективного взаимодействия с целевыми аудиториями с помощью комплекса маркетинговых каналов и инструментов	2.9.11
СК-18	Развитие коммуникативных навыков взаимодействия в соответствии с нормами научного дискурса	2.9.6
СК-19	Владеть навыками работы перед камерой и у микрофона с учетом технологической специфики радио и телевидения	2.6.2

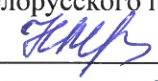
* Курсовые работы и проекты выполняются по любой из профильных дисциплин.
 **Форма контроля у дисциплин социально-гуманитарного модуля-2-дифференцированный зачёт.
 *** Интегрированная учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности человека» включает вопросы защиты населения и объектов от чрезвычайных ситуаций, радиационной безопасности, основ экологии, основ энергосбережения, охраны труда.
 ****Совет факультета имеет право пересматривать перечни дисциплин профилизации, факультативных дисциплин.
 Разработан на основе примерного учебного плана по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация, утвержденного 13.02.2023 г. (Регистрационный № 6-05-03-018/пр.)

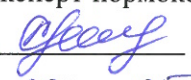
СОГЛАСОВАНО
 Проректор по учебной работе и образовательным инновациям
 Белорусского государственного университета
 О.Г.Прохоренко
 " 03 " 05 2023 г.

Декан факультета журналистики
 А.В.Беляев
 " 02 " 05 2023 г.

Заведующий кафедрой технологий коммуникаций и связей с общественностью
 Ю.Н.Лукьянюк
 " 02 " 05 2023 г.

Рекомендован к утверждению Научно-методическим советом
 Белорусского государственного университета
 протокол № 4 от 03.05. 2023 г.

СОГЛАСОВАНО
 Начальник Главного управления образовательной деятельности
 Белорусского государственного университета
 Н.И.Морозова
 " 03 " 05 2023 г.

Эксперт-нормоконтролер
 С.С.Лакербай
 " 02 " 05 2023 г.