





№ п/п	Название цикла, 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	1 семестр, 18 недель			2 семестр, 16 недель			3 семестр, 18 недель			4 семестр, 17 недель			5 семестр, 18 недель			6 семестр, 15 недель			7 семестр, 18 недель			8 семестр, 7 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	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц					
2.5	Модуль «Реклама и связи с общественностью в культуре»			340	164	46	88	30											60	34		60	36	3	220	94	7				10	УК-1 СК-4, 8-12		
2.5.1	Теория и практика рекламных коммуникаций	6		120	70	16	30	24											60	34		60	36	3								3		
2.5.2	Связи с общественностью в социокультурной сфере		7	90	54	16	38																	90	54	3						3		
2.5.3	Брендинг в культуре		7	90	40	14	20	6																90	40	3						3		
2.5.4	Курсовая работа			40																				40		1						1		
2.6	Модуль «Коммуникации в культуре»			768	452	188	166	98	138	86	3	102	46	3	120	72	3	96	58	3	170	104	3	52	32	3	90	54	3			21	УК-4, 7, 13, БПК-5, 6, 8 СК-4, 9	
2.6.1	Белорусская культура в исторической коммуникации	1		138	86	38	26	22	138	86	3																					3		
2.6.2	Мифология	2		102	46	26		20				102	46	3																		3		
2.6.3	Деловая коммуникация		3	120	72	40	32							120	72	3																3		
2.6.4	Международные культурные связи и культурное наследие		4	96	58	40		18							96	58	3															3		
2.6.5	Язык в межкультурной коммуникации		5	120	74		74												120	74	3											3		
2.6.6	Социальные коммуникации		6	102	62	24	20	18											50	30		52	32	3								3		
2.6.7	Медиакоммуникации		7	90	54	20	14	20																90	54	3						3		
2.7	Модуль «Социокультурная аналитика»			484	256	128	74	54							92	42	3	90	34	3	106	60	3	106	60	3	90	60	3	15		СК-6, 10		
2.7.1	Философия культуры		4	92	42	28	6	8							92	42	3															3		
2.7.2	Семиотика культуры		5	90	34	20	8	6										90	34	3											3			
2.7.3	Имиджелогия		6	106	60	28	20	12													106	60	3									3		
2.7.4	Методы воздействия в социокультурной сфере		7	106	60	28	20	12																106	60	3						3		
2.7.5	Консалтинг в сфере культуры		8	90	60	24	20	16																		90	60	3			3			
2.8	Модуль «Кросскультурные исследования и менеджмент»			610	270	154	66	50															90	44	3	390	192	12	130	34	4	19	УК-4, 8 БПК-9, СК-11, 14	
2.8.1	Кросскультурные исследования		6	90	44	24	14	6														90	44	3							3			
2.8.2	Кросскультурная психология		7	120	72	32	20	20																	120	72	3					3		
2.8.3	Межкультурные конфликты		7	90	44	30	8	6																	90	44	3					3		
2.8.4	Кросскультурный менеджмент		7	90	42	20	12	10																	90	42	3					3		
2.8.5	Культурная регионалистика		8	180	68	48	12	8																	90	34	3	90	34	3	6			
2.8.6	Курсовой проект			40																							40		1	1				
2.9	Дисциплины по выбору			450	198	126	36	36															90	54	3	90	42	3	270	102	9	15		
2.9.1	Культура повседневности/Правовая культура		6	90	54	30	10	14														90	54	3							3	БПК-5		
2.9.2	Социология культуры/Культурная политика		7	90	42	26	10	6																	90	42	3				3	УК-8, 13 СК-13		
2.9.3	Индустрия моды в современной культуре / Цифровая культура		8	90	34	20	8	6																			90	34	3	3		БПК-5, 15		
2.9.4	Актуальные проблемы международных отношений / Этикет международного общения		8	90	34	26	8																				90	34	3	3		УК-11		



БПК-8	Применять современные технологии социокультурной коммуникации в профессиональной деятельности	1.5, 1.6, 2.6
БПК-9	Свободно оперировать фактологическим материалом, отражающим специфику процессов коммуникации в различные культурно-исторические эпохи, применять теории и методы коммуникации для решения научно-практических проблем и управленческих задач	1.6, 2.8
БПК-10	Применять знания концептуально-теоретических основ менеджмента, использовать технологии менеджмента в деятельности организаций социокультурной сферы	1.7
БПК-11	Реализовывать маркетинговые коммуникации в организациях социокультурной сферы с использованием знаний основных концепций и школ маркетинга	1.8
БПК-12	Организовывать социально-культурную деятельность для разных категорий населения	1.9
БПК-13	Осуществлять сценарно-режиссерские разработки и постановку культурно-досуговых программ в организациях социокультурной сферы	1.9
БПК-14	Использовать навыки социально-культурного проектирования в организациях социокультурной сферы	1.9
БПК-15	Планировать и организовывать инновационную и художественно-творческую деятельность в сфере индустрии досуга	1.9, 2.9.3
БПК-16	Применять основные методы защиты населения от негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать здоровые и безопасные условия труда	1.10
СК-1	Анализировать литературные произведения, ориентироваться в мировом и отечественном литературных процессах и сопоставлять их с парадигмой развития других видов искусств	2.2
СК-2	Применять в профессиональной деятельности основные теории аргументации и аксиологии	2.3
СК-3	Понимать и анализировать динамику развития видов искусства и их взаимосвязи в историческом контексте	2.2, 2.10.4
СК-4	Владеть технологиями проектирования и разработки баз данных социокультурной сферы, использовать программное обеспечение для сопровождения и управления социокультурными проектами	2.4, 2.5, 2.6
СК-5	Применять экономические законы в решении задач, направленных на развитие организаций социокультурной сферы	2.4
СК-6	Анализировать и разрабатывать социокультурные проекты	2.4, 2.7
СК-7	Применять технологии финансового менеджмента для обеспечения деятельности организаций социокультурной сферы	2.4
СК-8	Использовать рекламные PR-и маркетинговые технологии при реализации рекламных кампаний в организациях социокультурной сферы	2.5
СК-9	Создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию, устанавливать связи с деловыми партнерами, расширять социальное взаимодействие с общественностью, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации, обмениваться опытом с организациями социокультурной сферы	2.5, 2.6
СК-10	Осуществлять мероприятия, направленные на повышение имиджа организаций социокультурной сферы, применять знания о маркетинговых, семиотических и коммуникационно-психологических законах брендинга, навыки эффективного позиционирования бренда, товара, услуги, организации	2.5, 2.7
СК-11	Применять технологии интернет-рекламы для позиционирования и продвижения социокультурных проектов	2.5, 2.8
СК-12	Использовать в профессиональной деятельности технологии фандрайзинга, включая краудфандинг, поиск спонсоров, получение грантов	2.4, 2.5, 2.8
СК-13	Проводить исследования в сфере социально-культурной деятельности на основе социологических методов	2.8, 2.9.2
СК-14	Реализовывать на практике функции управления персоналом на основе современных зарубежных и отечественных подходов корпоративного и кадрового менеджмента	2.8
СК-15	Иметь целостное представление о ценностно-нормативных основаниях функционирования организаций в сфере культуры	2.3
СК-16	Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности в процессе создания и реализации прав на объекты интеллектуальной собственности	2.10.1
СК-17	Владеть основными технологиями предпринимательской деятельности	2.10.2

<sup>1</sup> Интегрированная учебная дисциплина «Безопасность жизнедеятельности человека» включает вопросы защиты населения и объектов от чрезвычайных ситуаций, радиационной безопасности, основ экологии, основ энергосбережения, охраны труда.

<sup>2</sup> Дифференцированный зачет.

<sup>3</sup> Совет факультета имеет право пересматривать перечень факультативных дисциплин.

Разработан на основе примерного учебного плана по специальности 6-05-0314-03 «Социально-культурный менеджмент и коммуникации», утвержденного 30.01.2023 (регистрационный № 6-05-03-013/пр.)


**СОГЛАСОВАНО**

Проректор по учебной работе и образовательным инновациям

 О.Г. Прохоренко  
2023г.

**СОГЛАСОВАНО**

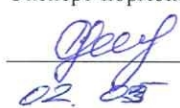
Начальник Главного управления образовательной деятельности

 Н.И. Морозова  
2023г.

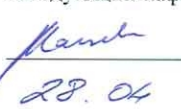
Декан факультета социокультурных коммуникаций

 А.В. Бурачонок  
2023г.

Эксперт-нормоконтролер

 С.С. Лакербай  
2023г.

Заведующий кафедрой культурологии

 И.Я. Мацевич-Духан  
2023г.

Рекомендован к утверждению Научно-методическим советом  
Белорусского государственного университета  
протокол № 7 от 03.05 2023 г.