УТВЕРЖДАЮ
Ректор
Белорусского государственного
университета
А.Д. Король
27.05 2021 г.
Регистрационный № Е23-1-248/уч.мн

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Контрольный экземпляр

УЧЕБНЫЙ ПЛАН
для иностранных студентов

Специальность: 1-23 01 15 Социальные коммуникации

Форма получения образования: *дневная*

Квалификация:
специалист по социальным коммуникациям

Срок обучения: 4 года

I. График образовательного процесса

КУРСЫ	сентябрь				октябрь					ноябрь				декабрь					январь				февраль				март					апрель				май					июнь					июль					август				Теоретическое обучение	Экзаменационные сессии	Учебные практики	Производственные практики	Дипломная работа	Итоговая аттестация	Каникулы	Всего
	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29	5	12	19	26	2	9	16	23	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24								
	7	14	21	28	05	12	19	26	11	9	16	23	30	7	14	21	28	01	11	18	25	02	8	15	22	01	8	15	22	29	04	12	19	26	05	10	17	24	31	7	14	21	28	07	12	19	26	08	9	16	23	31								
I																			:	:	:	=	=																																					
II																			:	:	:	=	=				O	O													:	:	:	O	=	=	=	=	=	=	=	=	35	6	1				10	52
III																			:	:	:	=	=				O	O													:	:	:	=	=	=	=	=	=	=	=	=	35	6	2				11	52 [1]
IV																			:	:	:	=	=	X	X	X	X	X	X	X	X	X	//	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	//									35	6	2				11	52 [1]
																																																								18	3		9	9	2	2	43
																																																								123	21	4	9	9	3	34	200

Обозначения:
- [ ] – теоретическое обучение
- [:] – экзаменационная сессия
- [O] – учебная практика
- [X] – производственная практика
- [/] – дипломное проектирование
- [//] – итоговая аттестация
- [=] – каникулы

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

III. План образовательного процесса

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов: Всего	Аудиторных	Из них: Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	Распределение по курсам и семестрам: I курс, 1 семестр, 18 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	I курс, 2 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	II курс, 3 семестр, 18 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	II курс, 4 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	III курс, 5 семестр, 18 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	III курс, 6 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	IV курс, 7 семестр, 18 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	IV курс, 8 семестр: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего зачетных единиц	Код компетенции
1	**Государственный компонент**			**2350**	**1330**	**542**		**254**	**534**	**502**	**266**	**15**	**742**	**430**	**20**	**522**	**318**	**12**	**334**	**196**	**12**	**210**	**120**	**6**	**40**		**1**							**66**	
1.1	**Социально-гуманитарный модуль 1**			**216**	**108**	**64**			**44**	**108**	**54**	**3**	**108**	**54**	**3**																			**6**	
1.1.1	Философия	1		108	54	28			26	108	54	3																							3	УК-7, 8
1.1.2	История белорусской государственности	2		108	54	36			18				108	54	3																				3	УК-7, 9, 11
1.2	**Лингвистический модуль**			**384**	**254**			**254**		**102**	**68**	**3**	**102**	**68**	**3**	**90**	**58**		**90**	**60**	**5**													**11**	**УК-3**
1.2.1	Русский язык как иностранный		1,2	204	136			136		102	68	3	102	68	3																				6	
1.2.2	Русский язык как иностранный (профессиональная лексика)		4	180	118			118								90	58		90	60	5														5	
1.3	**Экономический модуль**			**302**	**170**	**82**			**88**	**90**	**42**	**3**				**212**	**128**	**6**																	**9**	**УК-6, БПК-5**
1.3.1	Экономическая теория	1		90	42	22			20	90	42	3																							3	
1.3.2	Менеджмент	3		106	64	30			34							106	64	3																	3	
1.3.3	Маркетинг	3		106	64	30			34							106	64	3																	3	
1.4	**Модуль «Социология и социальная психология»**		**2**	**180**	**104**	**52**			**52**				**180**	**104**	**4**																				**4**	
1.4.1	Теоретическая социология			90	52	26			26				90	52	2																				2	БПК-6
1.4.2	Социальная психология			90	52	26			26				90	52	2																				2	УК-5
1.5	**Модуль «История и теория социальных коммуникаций»**			**320**	**204**	**102**			**102**	**112**	**68**	**3**	**208**	**136**	**6**																				**9**	
1.5.1	История социальных коммуникаций	1		112	68	34			34	112	68	3																							3	БПК-7
1.5.2	Теория социальных коммуникаций	2		104	68	34			34				104	68	3																				3	БПК-8
1.5.3	Социальная теория	2		104	68	34			34				104	68	3																				3	БПК-1
1.6	**Модуль «Практика социальных коммуникаций»**			**426**	**238**	**116**			**122**	**90**	**34**	**3**				**114**	**68**	**3**	**102**	**68**	**3**	**120**	**68**	**3**										**12**	
1.6.1	Введение в специальность		1	90	34	16			18	90	34	3																							3	УК-5, 6
1.6.2	Массовые коммуникации	3		114	68	34			34							114	68	3																	3	БПК-3
1.6.3	Маркетинговые коммуникации	4		102	68	32			36										102	68	3														3	БПК-4
1.6.4	Организационная коммуникация	5		120	68	34			34													120	68	3											3	УК-4, БПК-2
1.7	**Модуль «Методология и методы исследования социальных коммуникаций»**			**402**	**252**	**126**			**126**				**104**	**68**	**3**	**106**	**64**	**3**	**102**	**68**	**3**	**90**	**52**	**3**										**12**	**УК-1, 2, БПК-4**
1.7.1	Общая методология социальных исследований	2		104	68	34			34				104	68	3																				3	
1.7.2	Методы сбора данных в исследованиях коммуникаций	3,4		208	132	66			66							106	64	3	102	68	3														6	
1.7.3	Онлайн-исследования		5	90	52	26			26													90	52	3											3	
1.8	**Модуль «Курсовая работа»**			**120**									**40**		**1**				**40**		**1**				**40**		**1**								**3**	**УК-1, 2, БПК-4**
1.8.1	Курсовая работа 1[2]			40									40		1																				1	
1.8.2	Курсовая работа 2[3]			40															40		1														1	
1.8.3	Курсовая работа 3[4]			40																					40		1								1	
2	**Компонент учреждения высшего образования**			**4584**	**2424**	**1134**		**282**	**1008**	**564**	**296**	**17**	**194**	**120**	**6**	**500**	**252**	**15**	**564**	**286**	**18**	**862**	**442**	**23**	**846**	**482**	**27**	**1054**	**546**	**33**				**139**	
2.1	**Социально-гуманитарный модуль 2**			**216**	**108**	**56**			**52**							**108**	**54**	**3**	**108**	**54**	**3**													**6**	
2.1.1	Психология управления		3	108	54	28			26							108	54	3																	3	СК-1
2.1.2	Культурология / Политология		4	108	54	28			26										108	54	3														3	СК-2/ СК-3
2.2	**Логико-риторический модуль**			**342**	**160**	**80**			**80**	**342**	**160**	**11**																							**11**	**СК-4**
2.2.1	Логика		1	90	40	22			18	90	40	3																							3	
2.2.2	Техника публичных выступлений		1	162	86	40			46	162	86	5																							5	
2.2.3	Академическое письмо		1	90	34	18			16	90	34	3																							3	
2.3	**Статистико-аналитический модуль**			**622**	**342**	**158**			**184**	**112**	**68**	**3**	**104**	**68**	**3**	**106**	**64**	**3**	**90**	**30**	**3**	**120**	**68**	**3**	**90**	**44**	**3**							**18**	**СК-5**
2.3.1	Основы высшей математики и теории вероятностей	1		112	68	34			34	112	68	3																							3	
2.3.2	Прикладная статистика	2,3		210	132	62			70				104	68	3	106	64	3																	6	

№ 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
						Из них				I курс						II курс						III курс						IV курс							
										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	Аудиторных	Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	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	30	12			18										90	30	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	44	16			28																90	44	3							3	
2.4	**Модуль «Информационные технологии и основы программирования»**			**500**	**284**	**88**		**196**		**110**	**68**	**3**	**90**	**52**	**3**				**90**	**52**	**3**	**120**	**68**	**3**	**90**	**44**	**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	90	52	16		36											90	52	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	44	16		28																	90	44	3							3	СК-9
2.5	**Модуль «Социально-экономическое поведение»**			**288**	**180**	**94**			**86**										**96**	**60**	**3**				**192**	**120**	**6**							**9**	
2.5.1	Экономика и финансы организации	6		90	52	26			26																90	52	3							3	СК-10
2.5.2	Социально-экономическая статистика	4		96	60	34			26										96	60	3													3	СК-11
2.5.3	Поведение потребителей	6		102	68	34			34																102	68	3							3	СК-12
2.6	**Модуль «Человек и культура»**			**286**	**154**	**78**			**76**							**196**	**98**	**6**	**90**	**56**	**3**													**9**	
2.6.1	Цифровая антропология		3	106	64	32			32							106	64	3																3	СК-13
2.6.2	Социолингвистика		3	90	34	18			16							90	34	3																3	СК-14
2.6.3	Семиотика	4		90	56	28			28										90	56	3													3	СК-15
2.7	**Модуль «Деловые коммуникации и персональная эффективность»**			**360**	**154**	**74**			**80**										**90**	**34**	**3**	**90**	**34**	**2**				**180**	**86**	**6**				**11**	
2.7.1	Тайм-менеджмент / Стресс-менеджмент		4	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	2										2	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		3	90	36	20		16								90	36	3																3	СК-22
2.8.2	Основы хозяйственного и трудового права		6	90	52	26			26																90	52	3							3	СК-23
2.8.3	Правовое регулирование коммуникации	7		106	68	34			34																			106	68	3				3	СК-24
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-25
2.9.2	Основы медиапланирования	5		120	68	30			38													120	68	3										3	СК-26
2.9.3	Интернет-маркетинг и основы веб-аналитики	6		102	68	34		34																	102	68	3							3	СК-27
2.9.4	Основы SMM	7		106	68	32		36																				106	68	3				3	СК-28
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-29/ СК-30
2.10.2	Веб-дизайн / Современный маркетинг и коммуникации в спорте и сфере развлечений		7	90	34	16			18																			90	34	3				3	СК-31/ СК-32
2.10.3	Перфоманс-маркетинг / Креатив в маркетинге		7	90	34	16			18																			90	34	3				3	СК-33/ СК-34
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-35
2.11.2	Рисковые и кризисные коммуникации	7		106	68	30			38																			106	68	3				3	СК-36
2.11.3	Менеджмент HR	7		106	68	34			34																			106	68	3				3	СК-37
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-38
2.12.2	Коммуникативные технологии в политическом процессе / GR-менеджмент	6		90	52	26			26																90	52	3							3	СК-39
2.12.3	Социальная реклама	7		90	52	26			26																			90	52	3				3	СК-40

Продолжение учебного плана по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», регистрационный № Е 23-1-248/уч. сп

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов: Всего	Аудиторных	Из них: Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	Распределение по курсам и семестрам: I курс, 1 семестр, 18 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	I курс, 2 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	II курс, 3 семестр, 18 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	II курс, 4 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	III курс, 5 семестр, 18 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	III курс, 6 семестр, 17 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	IV курс, 7 семестр, 18 недель: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	IV курс, 8 семестр: Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего зачетных единиц	Код компетенции
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-41/СК-42
2.13.2	Популярная культура / Основы медиабизнеса		5	90	34	16			18													90	34	3										3	СК-43/СК-44
2.13.3	Организационная культура / Визуальный анализ медиатекстов		6	90	34	16			18																90	34	3							3	СК-45/СК-46
2.13.4	Инновационный менеджмент / Маркетинговые исследования		7	90	34	16			18																			90	34	3				3	СК-47/СК-48
3	**Факультативные дисциплины***																																		
3.1	Университетоведение		/1	/40	/26	/18			/8	/40	/26																								
3.2	Культура и человек в глобализирующемся мире		/5	/72	/34	/18			/16													/72	/34												
4	**Дополнительные виды обучения**																																		
4.1	Физическая культура**		/1-6	/350	/350	/10		/340		/72	/72		/68	/68		/72	/72		/68	/68		/36	/36		/34	/34									УК-10
4.2	Русский язык как иностранный		/3,5, 6³	/306	/306			/306		/68	/68		/56	/56		/62	/62		/50	/50		/36	/36		/34	/34									УК-3
Количество часов учебных занятий				**6934**	**3754**	**1676**	**0**	**536**	**1542**	**1066**	**562**	**32**	**936**	**550**	**26**	**1022**	**570**	**27**	**898**	**482**	**30**	**1072**	**562**	**29**	**886**	**482**	**28**	**1054**	**546**	**33**	**0**	**0**	**0**		
Количество часов учебных занятий в неделю										31			32			32			28			31			28			30							
Количество курсовых проектов																																			
Количество курсовых работ				3										1						1						1									
Количество экзаменов				33							4			5			5			4			5			5			5						
Количество зачетов				31							6			3			4			5			3			4			6						

IV. Учебные практики				V. Производственные практики				VI. Дипломное проектирование			VII. Итоговая аттестация
Название практики	Семестр	Недель	Зачётных единиц	Название практики	Семестр	Недель	Зачётных единиц	Семестр	Недель	Зачётных единиц	
Ознакомительная	2	1	2	Организационная	8	5	8	8	9	13	Государственный экзамен по специальности Защита дипломной работы в ГЭК
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, 4,2
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, гуманистическим мировоззрением, аналитическим и инновационно-критическим стилем познавательной, социально-практической и коммуникативной деятельности. Использовать основы философских знаний в непосредственной профессиональной деятельности, самостоятельно усваивать философские знания и выстраивать на их основании мировоззренческую позицию	1.1.1
УК-9	Выявлять факторы и механизмы исторического развития, определять общественное значение исторических событий	1.1.2, 1.1.3
УК-10	Владеть навыками здоровьесбережения	4.1
УК-11	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	1.1.2
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
СК-1	Применять методы и приемы преодоления социальных противоречий и разрешения социальных конфликтов в профессиональной деятельности	2.1.1
СК-2	Обладать способностью анализировать процессы и явления национальной и мировой культуры, устанавливать межличностное взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий	2.1.2
СК-3	Обладать способностью анализировать политические события, процессы, отношения, владеть культурой политического мышления и поведения, использовать основы политологических знаний для формирования культуры осознанного и рационального политического выбора, утверждения социально ориентированных ценностей	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	Устанавливать статистические закономерности социально-экономических процессов	2.5.2
СК-12	Принимать экономически обоснованные решения с учетом мотивов поведения субъектов рыночной экономики	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	2.7.4

Продолжение учебного плана по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», регистрационный № Е 23-1-248/уч. сим

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
СК-22	Применять нормы международного и национального законодательства в процессе создания и реализации объектов интеллектуальной собственности	2.8.1
СК-23	Применять нормы национальных нормативных правовых актов в профессиональной деятельности	2.8.2
СК-24	Разрешать правовые коллизии в сфере коммуникации	2.8.3
СК-25	Планировать рекламную деятельность и разрабатывать рекламные сообщения	2.9.1
СК-26	Устанавливать цели и задачи размещения рекламы, составлять на их основе план размещения рекламы, используя данные аудиторных медиаисследований	2.9.2
СК-27	Владеть современными методами продвижения торговых марок и продажи услуг и товаров в интернете и основными инструментами веб-аналитики	2.9.3
СК-28	Применять инструменты планирования и оценки маркетинга в социальных сетях	2.9.4
СК-29	Разрабатывать, реализовывать и оценивать социально-культурные и продюсерские проекты	2.10.1
СК-30	Анализировать, планировать и оценивать коммуникацию в сфере объектов виртуальной игровой реальности	2.10.1
СК-31	Анализировать и оценивать пользовательские веб-интерфейсы для сайтов или веб-приложений	2.10.2
СК-32	Применять маркетинговые инструменты для продвижения продуктов и услуг в сфере спорта и развлечений	2.10.2
СК-33	Разрабатывать комплексную стратегию интеграции инструментов интернет-маркетинга с постановкой финансово-измеримых результатов	2.10.3
СК-34	Использовать креативные техники при создании торговых марок и рекламных текстов	2.10.3
СК-35	Разрабатывать комплексное PR-обеспечение субъекта общественных связей	2.11.1
СК-36	Организовывать процессы коммуникации в ситуациях риска и кризиса в различных сферах общественной жизни	2.11.2
СК-37	Осуществлять эффективное планирование и контроль человеческих ресурсов организации	2.11.3
СК-38	Разрабатывать научно-методическое и практическое обеспечение информационно-коммуникационных процессов в социальной сфере	2.12.1
СК-39	Анализировать и оценивать внутригосударственную политическую коммуникацию, иметь навыки построения эффективной коммуникации бизнеса с органами	2.12.2
СК-40	Создавать социальный продукт, направленный на изменение моделей общественного поведения	2.12.3
СК-41	Эффективно коммуницировать с представителями других культур	2.13.1
СК-42	Осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	2.13.1
СК-43	Применять теоретический аппарат современных культурных исследований для анализа динамики и трансформации популярной культуры	2.13.2
СК-44	Выявлять движущие силы, прогнозировать основные тенденции развития СМИ как отрасли экономики	2.13.2
СК-45	Анализировать и оценивать культуру организации	2.13.3
СК-46	Применять методы и приемы визуального анализа текстов, производимых и распространяемых системой СМИ	2.13.3
СК-47	Разрабатывать план продвижения инновационных продуктов организации, популяризировать их в СМИ	2.13.4
СК-48	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.
*Совет факультета имеет право пересматривать перечни факультативных дисциплин.
**Дисциплина изучается по желанию иностранного обучающегося.

Разработан на основе учебного плана по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», утвержденного 22.03.2022 (регистрационный № Е-23-1-218/уч.).

СОГЛАСОВАНО
Проректор по учебной работе и образовательным инновациям
Белорусского государственного университета
О.Г. Прохоренко
27.05.2022

Декан факультета философии и социальных наук
В.С. Сайганова
23.05.2022

Заведующий кафедрой социальной коммуникации
И.В. Пинчук
23.05.2022

СОГЛАСОВАНО
Начальник Главного управления образовательной деятельности
Белорусского государственного университета
Н.И. Морозова
27.05.2022

Эксперт-нормоконтролер
А.П.Герасина
25.05.2022

Рекомендован к утверждению Научно-методическим советом
Белорусского государственного университета
Протокол № 5 от 27.05 2022 г.