

№ 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
2.3.2	Прикладная статистика	2,3		240	136	64			72				120	68	3	120	68	3														6			
2.3.3	Компьютерный анализ данных		4	90	32	6			26									90	32	3												3			
2.3.4	Многомерный анализ данных	5		120	68	30			38												120	68	3									3			
2.3.5	Анализ и представление результатов социальных исследований	6		90	52	18			34														90	52	3							3			
2.4	Модуль «Информационные технологии и основы программирования»			520	268	86			190				130	68	3	90	36	3			90	44	3	120	68	3	90	52	3				15		
2.4.1	Основы информационных технологий		1,2	220	104	28			76				130	68	3	90	36	3														6	СК-3		
2.4.2	Базы данных		4	90	44	16			36									90	44	3												3	СК-4		
2.4.3	Программирование для сбора, обработки и анализа данных		5	120	68	24			44												120	68	3									3	СК-5		
2.4.4	BI-аналитика		6	90	52	18			34														90	52	3							3	СК-6		
2.5	Модуль «Социально-экономическое поведение»			312	186	92			94				90	54	3	102	64	3	120	68	3											9			
2.5.1	Экономика и финансы организации		3	90	54	26			28				90	54	3																	3	СК-7		
2.5.2	Социально-экономическая статистика	4		102	64	32			32							102	64	3														3	СК-8		
2.5.3	Поведение потребителей	5		120	68	34			34									120	68	3												3	СК-9		
2.6	Модуль «Человек и культура»			390	188	96			96				90	34	3	90	52	3	120	68	3					90	34	3				12			
2.6.1	Социоллингвистика		3	90	34	18			16				90	34	3																	3	СК-10		
2.6.2	Семиотика	4		90	52	28			28							90	52	3														3	СК-11		
2.6.3	Цифровая антропология		5	120	68	34			34									120	68	3												3	СК-12		
2.6.4	Человек и культура в глобализирующемся мире / Социальные медиа		7	90	34	16			18																	90	34	3				3	СК-13/ СК-14		
2.7	Модуль «Деловые коммуникации и персональная эффективность»			360	154	74			80				180	86	5						90	34	2	90	34	3						10			
2.7.1	Профессиональная этика и деловой этикет		3	90	52	26			26				90	52	3																	3	СК-15		
2.7.2	Тайм-менеджмент / Стресс-менеджмент		3	90	34	16			18				90	34	2																	2	СК-16		
2.7.3	Управление проектами / Персональный брендинг и самопрезентация		6	90	34	16			18											90	34	2										2	СК-17/ СК-18		
2.7.4	Ведение переговоров и деловое общение / Основы медиации		7	90	34	16			18																90	34	3					3	СК-19		
2.8	Правовой модуль			286	156	80			16	60										180	88	6	106	68	3							9			
2.8.1	Основы управления интеллектуальной собственностью		6	90	36	20			16												90	36	3									3	СК-20		
2.8.2	Основы хозяйственного и трудового права		6	90	52	26			26												90	52	3									3	СК-21		
2.8.3	Правовое регулирование коммуникации	7		106	68	34			34															106	68	3						3	СК-22		
2.9	Модуль «Рекламные коммуникации и интернет-маркетинг»			448	272	102	10	126	34										240	136	6	102	68	3	106	68	3					12			
2.9.1	Реклама	5		120	68	34			34										120	68	3											3	СК-23		
2.9.2	Основы медиапланирования	5		120	68	30			38										120	68	3											3	СК-24		
2.9.3	Интернет-маркетинг и основы веб-аналитики	6		102	68	26			42												102	68	3									3	СК-25		
2.9.4	Основы SMM	7		106	68	12	10	46																106	68	3						3	СК-26		
2.10	Модуль «Современные маркетинговые технологии»			270	102	48			54															270	102	9						9			
2.10.1	Бенчмаркинг / Event-менеджмент		7	90	34	16			18															90	34	3						3	СК-27		
2.10.2	Веб-дизайн / Брендинг территорий		7	90	34	16			18															90	34	3						3	СК-28/ СК-29		
2.10.3	Перфоманс-маркетинг / Креатив в маркетинге		7	90	34	16			18															90	34	3						3	СК-30/ СК-31		
2.11	Модуль «Внешние и внутренние коммуникации организации»			332	204	96			108										120	68	3				212	136	6					9			
2.11.1	Связи с общественностью	5		120	68	34			34										120	68	3											3	СК-32		
2.11.2	Рисковые и кризисные коммуникации	7		106	68	28			40															106	68	3						3	СК-33		
2.11.3	Менеджмент HR	7		106	68	34			34															106	68	3						3	СК-34		
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-35		
2.12.2	Коммуникативные технологии в политическом процессе / GR-менеджмент	6		90	52	26			26																90	52	3					3	СК-36		

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов				Распределение по курсам и семестрам																								Всего зачетных единиц				
				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	
2.12.3	Социальная реклама	7		90	52	26				26																								3	СК-37	
2.13	Модуль «Частные профессиональные дисциплины»			360	136	50			32	54												90	34	3	180	68	6	90	34	3					12	
2.13.1	Межкультурная коммуникация / Основы медиабизнеса		5	90	34	16				18												90	34	3										3	УК-4, СК-38/СК-39	
2.13.2	Популярная культура / Основы журналистики		6	90	34	16				18														90	34	3								3	СК-40/СК-41	
2.13.3	Организационная культура / Визуальный анализ медиатекстов		6	90	34	16				18															90	34	3							3	СК-42/СК-43	
2.13.4	Выпуск учебного проекта / Маркетинговые исследования		7	90	34	2		32																				90	34	3				3	СК-44/СК-45	
2.14	Дополнительные виды обучения																																			
2.14.1	Физическая культура ⁴		/1-6	/350	/350	/10			/340		/72	/72		/68	/68		/72	/72		/68	/68		/36	/36		/34	/34									УК-9
2.14.2	Русский язык как иностранный		/3-5, 6 ³	/424	/424			/424		/68	/68		/56	/56		/120	/120		/110	/110		/36	/36		/34	/34									УК-3	
Количество часов учебных занятий				7132	3716	1658	10	500	1560	1090	574	30	1020	518	28	1068	568	29	916	484	28	1020	562	27	964	482	30	1054	528	33						
Количество часов учебных занятий в неделю										32			30			32			28			31			28			29								
Количество курсовых проектов																																				
Количество курсовых работ				3									1					1						1												
Количество экзаменов				33						4			5			5			5			5			4		5									
Количество зачетов				35						6			4			5			4			4			6		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	
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, 2.14.2
УК-4	Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия	1.6.4, 2.13.1
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.4.3, 1.4.4, 1.6.1
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.3, 1.4.4, 1.6.1
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	1.1.2
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	1.1.1
УК-9	Использовать средства физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, профилактики заболеваний	2.14.1
УК-10	Обладать способностью 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	2.1.1
УК-11	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
УК-12	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
БПК-1	Анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе	1.4.1
БПК-2	Осуществлять и координировать взаимодействие с различными 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
БПК-6	Применять теоретический аппарат современной социологии для анализа социальных процессов	1.4.2
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 современные знания о формах психической активности в профессиональной деятельности	1.4.3
БПК-10	Анализировать и оценивать процессы возникновения, развития, разрешения и завершения конфликтов любого уровня	1.4.4
БПК-11	Использовать базовую профессиональную терминологию; определять задачи и перспективы профессиональной деятельности	1.6.1
СК-1	Использовать базовые методы и приемы логики, риторики и теории аргументации для устной и письменной коммуникации различных типов	2.2
СК-2	Применять математические методы вычислений и статистический инструментарий для количественной оценки социальных явлений	2.3
СК-3	Использовать современные информационные технологии в профессиональной деятельности	2.4.1
СК-4	Управлять базами данных для решения задач профессиональной деятельности	2.4.2
СК-5	Применять навыки программирования для сбора, обработки и анализа данных	2.4.3
СК-6	Собирать, преобразовывать и презентовать информацию для бизнес-анализа	2.4.4
СК-7	Оценивать и прогнозировать экономическую и финансовую деятельность организаций	2.5.1
СК-8	Устанавливать статистические закономерности социально-экономических процессов	2.5.2
СК-9	Принимать экономически обоснованные решения с учетом мотивов поведения субъектов рыночной экономики	2.5.3
СК-10	Применять современные методы анализа языковых явлений для решения профессиональных задач	2.6.1
СК-11	Использовать методы семиотического анализа социокультурной среды в профессиональной деятельности	2.6.2

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
СК-12	Анализировать и оценивать социокультурные трансформации, связанные с распространением цифровых технологий	2.6.3
СК-13	Анализировать и оценивать трансформации культуры, связанные с процессом глобализации	2.6.4
СК-14	Применять навыки обмена информацией через виртуальные сообщества и сети	2.6.4
СК-15	Применять этические нормы и правила делового этикета в профессиональной деятельности	2.7.1
СК-16	Управлять стрессом и эмоциями, владеть приемами и методами целеполагания, планирования и тайм-менеджмента	2.7.2
СК-17	Применять навыки достижения поставленных целей для решения бизнес-задач	2.7.3
СК-18	Разрабатывать личный бренд, осуществлять самопрезентацию и самопозиционирование в профессиональной деятельности	2.7.3
СК-19	Анализировать, регулировать, разрешать конфликты в организациях	2.7.4
СК-20	Применять нормы международного и национального законодательства в процессе создания и реализации объектов интеллектуальной собственности	2.8.1
СК-21	Применять нормы национальных нормативных правовых актов в профессиональной деятельности	2.8.2
СК-22	Разрешать правовые коллизии в сфере коммуникации	2.8.3
СК-23	Планировать рекламную деятельность и разрабатывать рекламные сообщения	2.9.1
СК-24	Устанавливать цели и задачи размещения рекламы, составлять на их основе план размещения рекламы, используя данные аудиторных медиаисследований	2.9.2
СК-25	Владеть современными методами продвижения торговых марок и продажи услуг и товаров в интернете и основными инструментами веб-аналитики	2.9.3
СК-26	Применять инструменты планирования и оценки маркетинга в социальных сетях	2.9.4
СК-27	Применять навыки работы с инструментами по управлению качеством	2.10.1
СК-28	Анализировать и оценивать пользовательские веб-интерфейсы для сайтов или веб-приложений	2.10.2
СК-29	Применять маркетинговые инструменты для продвижения брендов территорий	2.10.2
СК-30	Разрабатывать комплексную стратегию интеграции инструментов интернет-маркетинга с постановкой финансово-измеримых результатов	2.10.3
СК-31	Использовать креативные техники при создании торговых марок и рекламных текстов	2.10.3
СК-32	Разрабатывать комплексное пиар-обеспечение субъекта общественных связей	2.11.1
СК-33	Организовывать процессы коммуникации в ситуациях риска и кризиса в различных сферах общественной жизни	2.11.2
СК-34	Осуществлять эффективное планирование и контроль человеческих ресурсов организации	2.11.3
СК-35	Разрабатывать научно-методическое и практическое обеспечение информационно-коммуникационных процессов в социальной сфере	2.12.1
СК-36	Анализировать и оценивать внутригосударственную политическую коммуникацию, владеть навыками построения эффективной коммуникации бизнеса с органами государственной власти	2.12.2
СК-37	Создавать социальный продукт, направленный на изменение моделей общественного поведения	2.12.3
СК-38	Эффективно коммуницировать с представителями других культур	2.13.1
СК-39	Выявлять движущие силы, прогнозировать основные тенденции развития СМИ как отрасли экономики	2.13.1
СК-40	Применять теоретический аппарат современных культурных исследований для анализа динамики и трансформации популярной культуры	2.13.2
СК-41	Осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	2.13.2
СК-42	Анализировать и оценивать культуру организации	2.13.3
СК-43	Применять методы и приемы визуального анализа текстов, производимых и распространяемых системой СМИ	2.13.3
СК-44	Разрабатывать инновационные проекты и планы их продвижения	2.13.4
СК-45	Планировать и проводить маркетинговые исследования	2.13.4

Разработан на основе учебного плана специальности 6-05-0321-03 «Социальные коммуникации» утвержденного 15.05.2023 регистрационный № 6-5-9-25/01

¹ учебная практика совмещается с теоретическим обучением.

² Курсовые работы выполняются по любой из специальных учебных дисциплин.

³ Дифференцированный зачет.

⁴ Дисциплина изучается по желанию иностранного обучающегося

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

 О.Г.Прохоренко
« 31 » 05 2023 г.

Декан факультета философии
и социальных наук

 В.С.Сайганова
« 29 » 05 2023 г.

Заведующий кафедрой
социальной коммуникации

 И.В.Пинчук
« 29 » 05 2023 г.

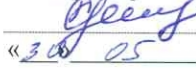
Рекомендован к утверждению Научно-методическим советом
Белорусского государственного университета
Протокол от 31.05.23 № 8.

СОГЛАСОВАНО

Начальник главного управления
образовательной деятельности

 Н.И.Морозова
« 31 » 05 2023 г.

Эксперт-нормоконтролер

 С.С.Лакербай
« 30 » 05 2023 г.