

№ п/п	Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы)	Экзамены	Зачеты	Количество академических часов					Распределение по курсам и семестрам						Код компетенции	
				Всего	Аудиторных	Из них			I курс							
						Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	1 семестр, 15 недель			2 семестр, 9 недель			
										Всего часов	Ауд. часов	Зач. единиц	Всего часов	Ауд. часов		Зач. единиц
1	Государственный компонент			414	170	34		118	18	358	158	9	26	12	4	
1.1	Иноязычная коммуникация в медиапространстве	1		108	56			56		108	56	3				УК-5; УПК-5
1.2	Модуль «Теория и методология коммуникативистики»			180	72	34		20	18	180	72	6				
1.2.1	Теория современной коммуникативистики	1		90	36	18			18	90	36	3				УК-1; УПК-3
1.2.2	Методология исследований в современной коммуникативистике		1	90	36	16		20		90	36	3				УК-2, УПК-1, 4
1.3	Модуль «Научно-исследовательская работа»			126	42			42		100	30		26	12	4	
1.3.1	Научно-исследовательский семинар		2	126	42			42		100	30		26	12	4	УК-3,4; УПК-1, 2
2	Компонент учреждения образования			918	400	120	44	164	72	468	200	15	450	200	15	
2.1	Модуль «Коммуникационный менеджмент»			198	92	24		44	24	198	92	6				
2.1.1	Аксиология и деонтология коммуникаций		1 ^а	108	56	12		44		108	56	3				СК-1,2
2.1.2	Проектный менеджмент		1	90	36	12			24	90	36	3				УПК-2
2.2	Модуль «Стратегический маркетинг»			270	108	36		48	24	180	72	6	90	36	3	
2.2.1	Маркетинг в интегрированных коммуникациях / Визуальная медиакоммуникация и маркетинг	1		90	36	12			24	90	36	3				СК-3,4,7
2.2.2	Цифровые маркетинговые коммуникации / Креативные технологии медиамаркетинга		1	90	36	12		24		90	36	3				СК-8
2.2.3	Стратегии онлайн-маркетинга / Нейросети в PR и маркетинге: инструменты и стратегии		2	90	36	12		24					90	36	3	СК-8,9
2.3	Модуль «PR в цифровой среде»			180	72	24		24	24	90	36	3	90	36	3	
2.3.1	PR-коммуникации в деловой сфере / Личная эффективность и управление карьерой		1	90	36	12			24	90	36	3				УК-3/ СК-3
2.3.2	PR-коммуникации в медиасфере / Технологии управления общественным мнением	2		90	36	12		24					90	36	3	СК-4,6
2.4	Модуль «Маркетинг, PR и реклама»			180	72	24		48					180	72	6	
2.4.1	Digital-маркетинг / Контент-маркетинг		2 ^а	90	36	12		24					90	36	3	СК-5
2.4.2	Технологии влияния в PR и рекламе / Психология рекламы и PR		2	90	36	12		24					90	36	3	СК-7
2.5	Теория и практика медиакоммуникации / Медiateкст в социальных сетях и мессенджерах	2		90	56	12	44						90	56	3	СК-8
2.6	Факультативные дисциплины			/216	/140			/280		/108	/70	/3	/108	/70	/3	
2.6.1	Русский язык как иностранный*		/1,2 ^а	/216	/140			/280		/108	/70	/3	/108	/70	/3	УК-5
2.7	Дополнительные виды обучения			/338	/218	/66	/24	/96	/32	/206	/138	/2	/132	/80	/7	
2.7.1	Философия и методология науки ¹	/2		/124	/72	/40			/32	/62	/40		/62	/32	/3	УК-4
2.7.2	Иностранный язык ¹	/2		/142	/96			/96		/72	/48		/70	/48	/4	УК-5
2.7.3	Основы информационных технологий ¹		/1 ^а	/72	/50	/26	/24			/72	/50	/2				УПК-1
Количество часов учебных занятий				1332	570	154	44	282	90	826	358	24	476	212	19	
Количество часов учебных занятий в неделю										24			24			
Количество экзаменов																

IV. Производственные практики				V. Магистерская диссертация			VI. Итоговая аттестация
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Защита магистерской диссертации
Научно-исследовательская	1	3	5	2	8	12	

VII. Матрица компетенций		
Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Обеспечивать коммуникации, проявлять лидерские навыки, быть способным к командообразованию и разработке стратегических целей и задач	1.2.1
УК-2	Развивать инновационную восприимчивость и способность к инновационной деятельности	1.2.2
УК-3	Быть способным к прогнозированию условий реализации профессиональной деятельности и решению профессиональных задач в условиях неопределенности	1.3.1, 2.3.1
УК-4	Быть способным осуществлять самостоятельную исследовательскую деятельность, генерировать и реализовывать инновационные идеи с применением различных методов научного познания	1.3.1, 2.7.1
УК-5	Владеть иностранным языком для коммуникации в междисциплинарной и научной среде, в различных формах международного сотрудничества, научно-исследовательской и инновационной деятельности	1.1, 2.6.1, 2.7.2
УПК-1	Использовать современные методы сбора, обработки, анализа, представления и распространения информации с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий	1.2.2, 1.3.1, 2.7.3
УПК-2	Планировать, осуществлять и оценивать результаты коммуникационных проектов, кампаний и мероприятий в научной сфере	1.3.1, 2.1.2
УПК-3	Разрабатывать и оценивать эффективность коммуникационных стратегий по продвижению, позиционированию и формированию имиджа товаров, услуг, идей, персон и организаций	1.2.1, 2.3.2
УПК-4	Разрабатывать и оценивать эффективность коммуникационной политики организации	1.2.2
УПК-5	Определять концепцию, цель и задачи информационных ресурсов и потоков в организации, планировать и контролировать процесс их создания и функционирования с учетом культурных особенностей	1.1
СК-1	Соблюдать принципы анализа, планирования и управления стратегическими коммуникациями в организации	2.1.1
СК-2	Руководствоваться принципами необходимости согласования корпоративных и общественных интересов, учета социальных последствий предпринимаемых действий, целей устойчивого развития при принятии профессиональных решений	2.1.1
СК-3	Планировать и выстраивать эффективную коммуникацию между корпоративным субъектом и разными типами медиа (СМИ, социальные сети, интернет-ресурсы, блоги и др.)	2.2.1, 2.3.1
СК-4	Проводить комплексные коммуникационные кампании с учетом целевых аудиторий проектов и национального медиаконтекста	2.2.1, 2.3.2
СК-5	Применять технологии создания и редактирования медиатекстов разных типов, стилей и жанров в рамках коммуникационной стратегии организации с учетом целей и задач коммуникатора, а также специфики каналов и средств коммуникации	2.4.1
СК-6	Использовать принципы, технологии и инструменты разработки и реализации коммуникационных кампаний	2.3.2
СК-7	Уметь комплексно применять инструменты коммуникации для формирования и продвижения успешного бренда	2.2.3, 2.4.2, 2.5
СК-8	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки и реализации стратегий сетевого взаимодействия	2.2.2, 2.2.3, 2.5

Разработан в соответствии с образовательным стандартом высшего образования (ОСВО 7-06-0321-02-2022) специальности 7-06-0321-02 Коммуникации, утверждённым постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 18.05.2023 № 160.

¹ – По общеобразовательным дисциплинам «Философия и методология науки» и «Иностранный язык» формой промежуточной аттестации является кандидатский экзамен, по общеобразовательной дисциплине «Основы информационных технологий» – дифференцированный зачёт.

² – Дифференцированный зачёт.

* – в зависимости от уровня владения иностранными гражданами русским языком объём аудиторных часов может изменяться (увеличение/уменьшение (но не менее 140 ауд. часов)/освобождение от изучения дисциплины).

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям
 О.Г. Прохорченко

« 23 » 05 2025

Декан факультета журналистики
 А.В. Беляев

« 22 » 05 2025

Заведующий кафедрой технологий коммуникации
и связей с общественностью

 Ю.Н. Лукьянюк

« 22 » 05 2025

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления
образовательной деятельности
 О.П. Рында

« 23 » 05 2025

Эксперт-нормоконтролер

 А.В. Костеневич

« 23 » 05 2025

Рекомендован к утверждению Научно-методическим советом
Белорусского государственного университета
Протокол от 22.05.2025 № 40