

Срок обучения: 1 год

Форма обучения: очная (дневная)

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Обозначения: □ — теоретическое обучение X — производственная практика // — итоговая аттестация
 : — экзаменационная сессия / — магистерская диссертация = — каникулы

№ 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	388	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	134		210	56	468	200	15	450	200	15	
2.1	Модуль «Стратегический коммуникационный менеджмент»			198	92	28		44	20	198	92	6				
2.1.1	Менеджмент стратегических коммуникаций		1 ^д	108	56	12		44		108	56	3				СК-1
2.1.2	Аксиология и деонтология стратегических коммуникаций		1	90	36	16			20	90	36	3				СК-2
2.2	Модуль «Корпоративные стратегические коммуникации в национальной медиасреде»			270	108	30		60	18	180	72	6	90	36	3	
2.2.1	Стратегический медиарилейшнз	1		90	36	18			18	90	36	3				СК-3
2.2.2	Национальная медиасреда Республики Беларусь / Современные медийные технологии		1	90	36	12		24		90	36	3				СК-4 / 5
2.2.3	Научная журналистика и коммуникация		2	90	36			36					90	36	3	СК-5
2.3	Модуль «Технологии корпоративных стратегических коммуникаций»			180	72	32		22	18	90	36	3	90	36	3	
2.3.1	Корпоративные коммуникации в интернет-пространстве / Деловая культура и коммуникация		1	90	36	18			18	90	36	3				УК-6, УПК-1, СК-4 / 6
2.3.2	Планирование и реализация коммуникационных кампаний / Брендинговые корпоративные коммуникации		2	90	36	14		22					90	36	3	УПК-3, СК-7 / 8
2.4	Модуль «Технологии государственных коммуникаций»			180	72	24		48					180	72	6	
2.4.1	Технологии формирования территориального имиджа / Коммуникационные ресурсы в формировании имиджа страны		2 ^д	90	36	12		24					90	36	3	СК-9
2.4.2	Коммуникация в системе международных отношений / Межкультурная коммуникация с зарубежными аудиториями		2	90	36	12		24					90	36	3	СК-6 / 10
2.5	Теория и практика интернет-коммуникации / Веб-технологии в интернет-коммуникации	2		90	56	20		36					90	56	3	СК-10 / 11
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					

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
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, 2.7.3
УПК-1	Использовать современные методы сбора, обработки, анализа, представления и распространения информации с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий	1.2.2, 2.3.1, 2.7.2
УПК-2	Планировать, осуществлять и оценивать результаты коммуникационных проектов, кампаний и мероприятий в научной сфере	1.3.1
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, 1.3.1
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	2.1.2
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
СК-4	Проводить комплексные коммуникационные кампании с учетом целевых аудиторий проектов и национального медиаконтекста	2.2.2, 2.3.1
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	2.2.2, 2.2.3
СК-6	Планировать и выстраивать эффективную коммуникацию между корпоративным субъектом и сотрудниками организации	2.3.1, 2.4.2
СК-7	Использовать принципы, технологии и инструменты разработки и реализации коммуникационных кампаний	2.3.2
СК-8	Комплексно применять инструменты коммуникации для формирования и продвижения успешного бренда	2.3.2
СК-9	Уметь проводить комплексные коммуникационные кампании в условиях межкультурного взаимодействия	2.4.1
СК-10	Уметь комплексно применять инструменты коммуникации для формирования и продвижения успешного бренда	2.4.2, 2.5
СК-11	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки и реализации стратегий сетевого взаимодействия	2.5

Разработан в соответствии с образовательным стандартом высшего образования (ОСВО 7-06-0321-02-2022) специальности 7-06-0321-02 Коммуникации, утвержденным 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 зачет.

² – Дифференцированный зачет.

* – 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).

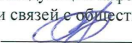
СОГЛАСОВАНО

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

« 13 » 05 2025

Декан факультета журналистики
 А.В.Белиев

« 22 » 05 2025

Заведующий кафедрой технологий коммуникации
и связей с общественностью
 Ю.Н.Лукьянук

« 22 » 05 2025

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления
образовательной деятельности
 О.П.Рында

« 13 » 05 2025

Эксперт-нормоконтролер
 А.В.Костеневич

« 13 » 05 2025

Рекомендован к утверждению Научно-методическим советом
Белорусского государственного университета
Протокол от 22.05.2025 № 10