

| № п/п | Название модуля, учебной дисциплины, курсового проекта (курсовой работы) | Экзамены | Зачеты | Всего | Аудиторных | 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 зачетных ед | Код компетенции | | | |
|-------------|--|----------|--------|------------|------------|------------|--------------|--------------|-------------|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------|-------------|----------------------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------------|-----------------|-------------|------------|-------------|
| | | | | | | | | | | 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 | | | Всего часов | Ауд. часов | Зач. единиц |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 | 52 | 18 | | | 34 | | | | | | | | | | | | 90 | 52 | 3 | | | | | | | | | | | 3 | | | | |
| 2.4 | Модуль «Информационные технологии и основы программирования» | | | 520 | 292 | 90 | | 202 | | 130 | 68 | 3 | 90 | 52 | 3 | | | | | 90 | 68 | 3 | 90 | 52 | 3 | | | | | | | | 15 | | | | | |
| 2.4.1 | Основы информационных технологий | | | 1,2 | 220 | 120 | 32 | | 88 | 130 | 68 | 3 | 90 | 52 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | 6 | СК-5 | | | | |
| 2.4.2 | Базы данных | | | 4 | 90 | 52 | 16 | | 36 | | | | | | | | | | | 90 | 52 | 3 | | | | | | | | | | | 3 | СК-6 | | | | |
| 2.4.3 | Программирование для сбора, обработки и анализа данных | | | 5 | 120 | 68 | 24 | | 44 | | | | | | | | | | | 120 | 68 | 3 | | | | | | | | | | | 3 | СК-7 | | | | |
| 2.4.4 | BI-аналитика | | | 6 | 90 | 52 | 18 | | 34 | | | | | | | | | | | | 90 | 52 | 3 | | | | | | | | | | 3 | СК-8 | | | | |
| 2.5 | Модуль «Социально-экономическое поведение» | | | 312 | 190 | 94 | | | 96 | | | | | | | 90 | 54 | 3 | 102 | 68 | 3 | 120 | 68 | 3 | | | | | | | | | 9 | | | | | |
| 2.5.1 | Экономика и финансы организации | | | 3 | 90 | 54 | 26 | | 28 | | | | | | | 90 | 54 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | 3 | СК-9 | | | | |
| 2.5.2 | Социально-экономическая статистика | 4 | | 102 | 68 | 34 | | | 34 | | | | | | | | | | 102 | 68 | 3 | | | | | | | | | | | | 3 | СК-10 | | | | |
| 2.5.3 | Поведение потребителей | 5 | | 120 | 68 | 34 | | | 34 | | | | | | | 120 | 68 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | 3 | СК-11 | | | | |
| 2.6 | Модуль «Человек и культура» | | | 390 | 192 | 96 | | | 96 | | | | | | | 90 | 34 | 3 | 90 | 56 | 3 | 120 | 68 | 3 | | | | 90 | 34 | 3 | | | 12 | | | | | |
| 2.6.1 | Социолингвистика | | | 3 | 90 | 34 | 18 | | 16 | | | | | | | 90 | 34 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | 3 | СК-12 | | | | |
| 2.6.2 | Семиотика | 4 | | 90 | 56 | 28 | | | 28 | | | | | | | | | | 90 | 56 | 3 | | | | | | | | | | | | 3 | СК-13 | | | | |
| 2.6.3 | Цифровая антропология | | | 5 | 120 | 68 | 34 | | 34 | | | | | | | 120 | 68 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | 3 | СК-14 | | | | |
| 2.6.4 | Человек и культура в глобализирующемся мире / Социальные медиа | | | 7 | 90 | 34 | 16 | | 18 | | | | | | | | | | | | | | | | | | 90 | 34 | 3 | | | | 3 | СК-15/ СК-16 | | | | |
| 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-17 | | | | |
| 2.7.2 | Тайм-менеджмент / Стресс-менеджмент | | | 3 | 90 | 34 | 16 | | 18 | | | | | | | 90 | 34 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | 2 | СК-18 | | | | |
| 2.7.3 | Управление проектами / Персональный брендинг и самопрезентация | | | 6 | 90 | 34 | 16 | | 18 | | | | | | | | | | | | | | 90 | 34 | 2 | | | | | | | | 2 | СК-19/ СК-20 | | | | |
| 2.7.4 | Ведение переговоров и деловое общение / Основы медиации | | | 7 | 90 | 34 | 16 | | 18 | | | | | | | | | | | | | | | | | 90 | 34 | 3 | | | | | 3 | СК-21 | | | | |
| 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-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» | | | 448 | 272 | 130 | | 70 | 72 | | | | | | | | | | | | 240 | 136 | 6 | 102 | 68 | 3 | 106 | 68 | 3 | | | | 12 | | | | | |
| 2.9.1 | Реклама | 5 | | 120 | 68 | 34 | | | 34 | | | | | | | 120 | 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 | Бенчмаркинг и менеджмент качества / Бренд-менеджмент | | | 7 | 90 | 34 | 16 | | 18 | | | | | | | | | | | | | | | | | 90 | 34 | 3 | | | | | 3 | СК-29 | | | | |
| 2.10.2 | Веб-дизайн / Бренддинг территорий | | | 7 | 90 | 34 | 16 | | 18 | | | | | | | | | | | | | | | | | 90 | 34 | 3 | | | | | 3 | СК-30/ СК-31 | | | | |
| 2.10.3 | Перфоманс-маркетинг / Креатив в маркетинге | | | 7 | 90 | 34 | 16 | | 18 | | | | | | | | | | | | | | | | | 90 | 34 | 3 | | | | | 3 | СК-32/ СК-33 | | | | |
| 2.11 | Модуль «Внешние и внутренние коммуникации организации» | | | 332 | 204 | 98 | | | 106 | | | | | | | | | | | | 120 | 68 | 3 | | | | 212 | 136 | 6 | | | | 9 | | | | | |
| 2.11.1 | Связи с общественностью | 5 | | 120 | 68 | 34 | | | 34 | | | | | | | 120 | 68 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | 3 | СК-34 | | | | |
| 2.11.2 | Рисковые и кризисные коммуникации | 7 | | 106 | 68 | 30 | | | 38 | | | | | | | | | | | | | | | | | 106 | 68 | 3 | | | | | 3 | СК-35 | | | | |
| 2.11.3 | Менеджмент HR | 7 | | 106 | 68 | 34 | | | 34 | | | | | | | | | | | | | | | | | 106 | 68 | 3 | | | | | 3 | СК-36 | | | | |
| 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-37 | | | | |
| 2.12.2 | Коммуникативные технологии в политическом процессе / GR-менеджмент | 6 | | 90 | 52 | 26 | | | 26 | | | | | | | | | | | | | | | | 90 | 52 | 3 | | | | | | 3 | СК-38 | | | | |
| 2.12.3 | Социальная реклама | 7 | | 90 | 52 | 26 | | | 26 | | | | | | | | | | | | | | | | | 90 | 52 | 3 | | | | | 3 | СК-39 | | | | |
| 2.13 | Модуль «Частные профессиональные дисциплины» | | | 360 | 136 | 64 | | | 72 | | | | | | | | | | | | 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-40/СК-41 | | | | |

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

С.А. Касперович

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической работе
Государственного учреждения образования «Республиканский институт высшей школы»

И.В. Титович

| | | |
|-------|--|--------|
| 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 | Применять навыки работы с инструментами по управлению качеством | 2.10.1 |
| СК-30 | Анализировать и оценивать пользовательские веб-интерфейсы для сайтов или веб-приложений | 2.10.2 |
| СК-31 | Применять маркетинговые инструменты для продвижения брендов территорий | 2.10.2 |
| СК-32 | Разрабатывать комплексную стратегию интеграции инструментов интернет-маркетинга с постановкой финансово-измеримых результатов | 2.10.3 |
| СК-33 | Использовать креативные техники при создании торговых марок и рекламных текстов | 2.10.3 |
| СК-34 | Разрабатывать комплексное PR-обеспечение субъекта общественных связей | 2.11.1 |
| СК-35 | Организовывать процессы коммуникации в ситуациях риска и кризиса в различных сферах общественной жизни | 2.11.2 |
| СК-36 | Осуществлять эффективное планирование и контроль человеческих ресурсов организации | 2.11.3 |
| СК-37 | Разрабатывать научно-методическое и практическое обеспечение информационно-коммуникационных процессов в социальной сфере | 2.12.1 |
| СК-38 | Анализировать и оценивать внутригосударственную политическую коммуникацию, иметь навыки построения эффективной коммуникации бизнеса с органами государственной | 2.12.2 |
| СК-39 | Создавать социальный продукт, направленный на изменение моделей общественного поведения | 2.12.3 |
| СК-40 | Эффективно коммуницировать с представителями других культур | 2.13.1 |
| СК-41 | Выявлять движущие силы, прогнозировать основные тенденции развития СМИ как отрасли экономики | 2.13.1 |
| СК-42 | Применять теоретический аппарат современных культурных исследований для анализа динамики и трансформации популярной культуры | 2.13.2 |
| СК-43 | Осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | 2.13.2 |
| СК-44 | Анализировать и оценивать культуру организации | 2.13.3 |
| СК-45 | Применять методы и приемы визуального анализа текстов, производимых и распространяемых системой СМИ | 2.13.3 |
| СК-46 | Разрабатывать план продвижения инновационных продуктов организации, популяризировать их в СМИ | 2.13.4 |
| СК-47 | 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.

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 6-05-0321-03 «Социальные коммуникации».

СОГЛАСОВАНО

«__» _____ 2022 г.

Председатель УМО по гуманитарному образованию

«__» _____ 2022 г.

Председатель НМС по философии, социологии, психологии

_____ А.В. Рубанов
«__» _____ 2022 г.

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО
по гуманитарному образованию
Протокол № __ от _____ 2022 г.

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.А. Касперович
«__» _____ 2022 г.

Проректор по научно-методической работе
Государственного учреждения образования
«Республиканский институт высшей школы»
_____ И.В. Титович
«__» _____ 2022 г.

Эксперт-нормоконтролер

_____ «__» _____ 2022 г.