



№ 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	Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	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 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		
1.7	Модуль «Теория и методология связей с общественностью»			562	292	96		196							232	136	6	220	104	6	110	52	3						15	УК-4, БПК-6	
1.7.1	Теория и практика связей с общественностью	4,5,6		336	172	72		100							116	68	3	110	52	3	110	52	3						9		
1.7.2	Внутриорганизационная коммуникация	5	4	226	120	24		96							116	68	3	110	52	3									6		
1.8	Модуль «Теоретико-методологические основы коммуникации»			352	192	60		132										126	72	3	116	68	3	110	52	3			9	УК-6, БПК-3, 11	
1.8.1	Теория коммуникации	6	5	242	140	48		92										126	72	3	116	68	3						6		
1.8.2	Методология коммуникации	7		110	52	12		40																110	52	3			3		
1.9	Модуль «Теория и методология рекламы»			310	138	36		102													110	52	3	200	86	6			9	БПК-7-10	
1.9.1	Теория и практика рекламы	7	6	220	104	24		80													110	52	3	110	52	3			6	УК-10	
1.9.2	Социальная реклама		7	90	34	12		22																90	34	3			3	УК-5	
1.10	Модуль «Курсовая работа» <sup>1</sup>			160						40	1	40	1				40	1	40	1								4	УК-1, 6, БПК-1		
1.10.1	Курсовая работа 1			40						40	1																	1			
1.10.2	Курсовая работа 2			40								40	1															1			
1.10.3	Курсовая работа 3			40													40	1										1			
1.10.4	Курсовая работа 4			40																	40	1						1			
2.	Компонент учреждения высшего образования			2708	1208	368	64	740	36	126	68	3	110	52	3	288	108	9	412	190	12	528	262	14	458	196	14	786	332	24	70
2.1	Социально-гуманитарный модуль 2			144	68	32		36										72	34	2	72	34	2						4	СК-6	
2.1.1	Психология рекламы / Психология коммуникации		5	72	34	16		18										72	34	2									2		
2.1.2	Методика и техника социологических исследований / Социология общественного мнения		6	72	34	16		18													72	34	2						2		
2.2	Модуль «Коммуникация государственного / негосударственного сектора»			302	124	36		88					96	36	3	96	36	3	110	52	3								9	СК-1, 7	
2.2.1	Современная пресс-служба	3		96	36	12		24					96	36	3														3		
2.2.2	Коммуникация общественных организаций		4	96	36	12		24						96	36	3													3		
2.2.3	Government Relations and Public Affairs		5	110	52	12		40										110	52	3									3		
2.3	Модуль «Культура и коммуникация»			332	174	60		114							116	68	3	126	72	3	90	34	3						9	УК-8	
2.3.1	Культурология	4		116	68	24		44						116	68	3													3		
2.3.2	Арт-герменевтика	5		126	72	24		48										126	72	3									3		
2.3.3	Медиаторика	6		90	34	12		22													90	34	3						3		
2.4	Модуль «Профессионально-творческие студии»			310	138	12		126						110	52	3	110	52	3	90	34	3							9	СК-4, 5, УК-5	
2.4.1	Выпуск учебного проекта		4	110	52			52						110	52	3													3		
2.4.2	Организация работы в коммуникационном агентстве		5	110	52			52										110	52	3									3		
2.4.3	Профессиональное мастерство	6		90	34	12		22													90	34	3						3		
2.5	Модуль «Организация в корпоративной среде»			332	156	48	64	44		126	68	3	110	52	3	96	36	3											9	СК-3,12,16	
2.5.1	Брендинговые коммуникации	1		126	68	24		44		126	68	3																	3		
2.5.2	Корпоративные медиа		2,3	206	88	24	64					110	52	3	96	36	3												6		
2.6	Модуль «Менеджмент и маркетинг коммуникации»			296	122	36		86						96	36	3	90	34	3	110	52	3							9	СК-15	
2.6.2	Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности	4	3	186	70	24		46					96	36	3	90	34	3											6		
2.6.2	Маркетинговые коммуникации	5		110	52	12		40										110	52	3									3		
2.7	Модуль «Кризисные коммуникации и кризисный PR»			206	94	24		70													206	94	6						6	СК-6	
2.7.1	Антикризисная коммуникация	6		90	34	12		22													90	34	3						3		
2.7.2	Конфликтология / Медиация как эффективная технология разрешения конфликтов		6	116	60	12		48													116	60	3						3		

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования  
Министерства образования Республики Беларусь  
С.А. Касперович

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

СОГЛАСОВАНО

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

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

№ 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	Лекции	Лабораторные	Практические	Семинарские	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 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				
2.8	Модуль «Коммуникация в общественно-правовых процессах»			310	140	60	80																	310	140	9				9			
2.8.1	Деловая коммуникация		7	110	52	24	28																	110	52	3				3	СК-8		
2.8.2	Политическая коммуникация	7		110	52	24	28																	110	52	3				3	СК-10		
2.8.3	Социальные медиасети как коммуникативный феномен	7		90	36	12	24																	90	36	3				3	СК-1		
2.9	Модуль «Правовые и этические нормы коммуникации»			296	124	36	88																		296	124	9				9		
2.9.1	Этика коммуникационной деятельности		7	96	36	12	24																	96	36	3				3	СК-9		
2.9.2	Правовое регулирование коммуникаций	7		110	52	12	40																	110	52	3				3	УК-6		
2.9.3	Основы управления интеллектуальной собственностью <sup>2</sup>		7	90	36	12	24																	90	36	3				3	СК-17		
2.10	Модуль «Направления коммуникации»			180	68	24	44																		180	68	6				6		
2.10.1	Научная коммуникация / Гендерная коммуникация / Межкультурная коммуникация		7	90	34	12	22																	90	34	3				3	СК-9		
2.10.2	Коммуникация в IT-сфере / Медицинская коммуникация / Спортивная коммуникация		7	90	34	12	22																	90	34	3				3	УК-11		
3.	Факультативные дисциплины			/510	/264			/264	/102	/54	/68	/34	/68	/36	/68	/34	136	/72	/68	/34													
3.1	Академическое письмо		/1	/68	/36			/36	/68	/36																						СК-14	
3.2	Университетоведение		/1	/34	/18			/18	/34	/18																						СК-2	
3.3	Корпоративный медиабрендинг		/2	/68	/34			/34			/68	/34																				СК-13	
3.4	Управление карьерой		/3	/68	/36			/36			/68	/36																				СК-11	
3.5	Техника речи		/4	/68	/34			/34								/68	/34															СК-12	
3.6	Отраслевой паблик рилейшнз		/5	/68	/36			/36								/68	/36															СК-10	
3.7	Физическая культура		/5, 6	/136	/70			/70										/68	/36	/68	/34												
4.	Дополнительные виды обучения			/630	/556	/58		/434	/64	/106	/106	/68	/68	/72	/72	/170	/136	/36	/36	/34	/34												
4.1	Физическая культура		/1-6	/420	/420			/420		/72	/72	/68	/68	/72	/72	/68	/68	/36	/36	/34	/34											УК-11	
4.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		/1	/54	/34	/8		/26	/54	/34																						УК-12	
4.3	Безопасность жизнедеятельности человека		/4	/102	/68	/30		/38						/102	/68																	БПК-12	

Количество часов учебных занятий	7180	3422	1052	64	2174	132	1064	542	28	1004	482	27	1052	500	28	974	482	27	1040	510	27	950	436	27	1096	470	33				197
Количество часов учебных занятий в неделю							30			28			28			28			28			26			26						
Количество курсовых работ	4									1			1						1			1									
Количество экзаменов	33									5			5			5			4			5			5						
Количество зачетов	38									4			5			4			5			4			6						

IV. Учебные практики				V. Производственные практики				VI. Дипломное проектирование			VII. Итоговая аттестация							
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	8	7	11	Государственный экзамен по специальности Защита дипломной работы в ГЭК				
Ознакомительная	2	4	5	Информационно-коммуникационная	6	4	6											
Информационная	4	4	5	Специализированная	8	5	8											
				Преддипломная	8	5	8											

### VII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации	1.2.3, 1.6, 1.10
УК-2	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий	1.2.1, 1.5
УК-3	Осуществлять коммуникации на иностранном языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	1.3.3
УК-4	Работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия	1.3.2, 1.7
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.9.2, 2.4
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.8, 1.10, 2.9.2
УК-7	Обладать гуманистическим мировоззрением, качествами гражданственности и патриотизма	1.1.3
УК-8	Обладать современной культурой мышления, уметь использовать основы философских знаний в профессиональной деятельности	1.1.1, 2.3
УК-9	Выявлять факторы и механизмы исторического развития, определять общественное значение исторических событий	1.1.4
УК-10	Анализировать и оценивать экономические процессы, проявлять предпринимательскую инициативу	1.1.2, 1.9.1

УК-11	Владеть навыками здоровьесбережения	2.10.2, 4.1
УК-12	Использовать языковой материал в профессиональной области на государственном языке	1.3.1, 4.2
БПК-1	Оперировать основными понятиями и методами статистики, применять статистический инструментарий для количественной оценки массовых социально-экономических явлений и процессов, устанавливать статистические закономерности их развития	1.10
БПК-2	Проводить сбор, обработку, анализ и распространение информации в области корпоративной коммуникации, рекламы и связей с общественностью с использованием современных информационных и коммуникационных технологий	1.5
БПК-3	Осуществлять мониторинг, разработку, реализацию и оптимизацию каналов, инструментов и средств коммуникации в организациях	1.8
БПК-4	Анализировать базовые модели коммуникации как когнитивные конструкции, концептуально отображающие содержание процессов информационного воздействия и взаимодействия в различных сферах	1.6
БПК-5	Планировать, разрабатывать и реализовывать стратегии, кампании и мероприятия по продвижению, позиционированию и репозиционированию имиджа товаров, услуг, идей, организаций	1.2
БПК-6	Использовать современные информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, в том числе для оптимизации внутриорганизационного взаимодействия	1.7
БПК-7	Применять на практике технологии и инструменты ретроспективного анализа развития рекламы	1.9
БПК-8	Определять экономическую и социальную эффективность рекламных мероприятий, проводить маркетинговые исследования рынка рекламы	1.9
БПК-9	Организовывать и проводить рекламные исследования на предприятиях с учетом специфики современного развития маркетинговых исследований и рекламного рынка	1.9
БПК-10	Использовать закономерности протекания психологических познавательных процессов в рекламной практике и проводить психологическую экспертизу рекламы	1.9
БПК-11	Использовать на практике знание особенностей инноваций и создавать креативные рекламные обращения к потребителям товаров и услуг	1.8
БПК-12	Применять правила техники безопасности, производственной санитарии, пожарной безопасности, нормы охраны труда, знания основ рационального природопользования и энергосбережения для защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий и стихийных бедствий	4.3
БПК-13	Использовать основы гуманитарных знаний для формирования мировоззренческой позиции	1.4
СК-1	Организовывать взаимодействие со средствами массовой информации, пресс-центрами, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью	2.2, 2.8.3
СК-2	Осуществлять гармоничную и эффективную коммуникацию организации (персоны) с их целевыми аудиториями	3.2
СК-3	Формировать положительный имидж и репутацию организации (персоны) у целевых аудиторий	2.5
СК-4	Выявлять закономерности, прогнозировать тенденции в развитии коммуникационной деятельности организации.	2.4
СК-5	Проводить мониторинг, диагностику и выработать рекомендации по оптимизации коммуникационной политики организации.	2.4
СК-6	Проводить конфликтологическую экспертизу, предлагать пути и средства решения проблем в социально-коммуникативной сфере	2.1, 2.7
СК-7	Осуществлять информационно-коммуникационную поддержку инновационных мероприятий в организациях, содействовать повышению инновационного потенциала организаций	2.2
СК-8	Вести деловые переговоры с учетом этических особенностей деловых сторон, соблюдать этические нормы делового общения, работать в деловой команде в стрессовой ситуации	2.8.1
СК-9	Понимать специфику и закономерности ведения деловых переговоров с учетом межкультурных различий, работать в деловой команде в стрессовой ситуации	2.9.1, 2.10.1
СК-10	Характеризовать положения национального законодательства в области развития бизнеса, выявлять неурегулированные аспекты и разрабатывать рекомендации по совершенствованию действующего законодательства	3.6
СК-11	Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной структуры управления организации; владеть современными техниками принятия управленческих решений; оценивать эффективность управления и конкурентоспособность организации	3.4
СК-12	Использовать прогрессивные технологии производства	2.5, 3.5
СК-13	Создавать графические образы и шрифтовые композиции, работать с цветом, формой и дизайном при проектировании элементов фирменного стиля и рекламных продуктов	3.3
СК-14	Применять на практике навыки создания рекламных текстов, их литературного редактирования и копирайтинга	3.1
СК-15	Продвигать товары и услуги промышленного назначения, использовать инструментарий маркетинговых исследований, планирования и организации мероприятий по продвижению на рынке	2.6
СК-16	Применять технологии брендинга в системе рекламных коммуникаций, продвигать бренды на рынке	2.5
СК-17	Применять нормы национального и международного законодательства в области интеллектуальной собственности, методы выявления объектов интеллектуальной собственности	2.9.3

Разработан в качестве примера реализации образовательного стандарта по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация».

<sup>1</sup> Курсовые работы выполняются по любой из специальных учебных дисциплин.

<sup>2</sup> При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация» учебная дисциплина «Основы управления интеллектуальной собственностью» планируется в качестве дисциплины компонента учреждения высшего образования.

## СОГЛАСОВАНО

Начальник информационно-аналитического управления  
Министерства информации Республики Беларусь

\_\_\_\_\_ Н. П. Бельская

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Председатель УМО по гуманитарному образованию

\_\_\_\_\_ О. Н. Здрок

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Председатель НМС по журналистике и информации

\_\_\_\_\_ О. М. Самусевич

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по гуманитарному образованию

Протокол № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2021 г.

## СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования  
Министерства образования Республики Беларусь

\_\_\_\_\_ С. А. Касперович

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

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

\_\_\_\_\_ И. В. Титович

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Эксперт-нормоконтролер

\_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.