

№ 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			
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-4		
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	БПК-7		
1.8	Модуль «Теоретико-методологические основы коммуникации»			352	192	60		132										126	72	3	116	68	3	110	52	3						9	УК-6, БПК-5		
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-10-12		
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» ¹			160								40	1	40	1			40	1	40	1											4	УК-1, 5,6, БПК-1,2,5		
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			79		
2.1	Социально-гуманитарный модуль 2			144	68	32		36													72	34	2	72	34	2							4	УК-4-6	
2.1.1	Психология рекламы / Психология коммуникации		5	72	34	16		18													72	34	2										2	БПК-12	
2.1.2	Методика и техника социологических исследований / Социология общественного мнения		6	72	34	16		18														72	34	2									2	БПК-2	
2.2	Модуль «Коммуникация государственного / негосударственного сектора»			302	124	36		88					96	36	3	96	36	3	110	52	3												9	СК-1, 7,10	
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	СК-13	
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, 5,12, 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-3,11,15	
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-14	
2.6.2	Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности		4	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 публик рилейшнз»			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

«25» 05 2021 г.



СОГЛАСОВАНО

научно-методической работе Государственного учреждения образования

«Института высшей школы»

И.В. Титович

05 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	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
2.8	Модуль «Коммуникация в общественно-правовых процессах»			310	140	60		80																								9	УК-4		
2.8.1	Деловая коммуникация		7	110	52	24		28																								3	СК-3, 8		
2.8.2	Политическая коммуникация	7		110	52	24		28																								3	СК-9		
2.8.3	Социальные медиасети как коммуникативный феномен	7		90	36	12		24																								3	СК-2		
2.9	Модуль «Правовые и этические нормы коммуникации»			296	124	36		88																								9			
2.9.1	Этика коммуникационной деятельности		7	96	36	12		24																									3	СК-8	
2.9.2	Правовое регулирование коммуникаций	7		110	52	12		40																									3	УК-6, СК-9	
2.9.3	Основы управления интеллектуальной собственностью		7	90	36	12		24																									3	СК-16	
2.10	Модуль «Направления коммуникации»			180	68	24		44																									6	СК-2, 3	
2.10.1	Научная коммуникация / Гендерная коммуникация / Межкультурная коммуникация		7	90	34	12		22																									3		
2.10.2	Коммуникация в IT-сфере / Медицинская коммуникация / Спортивная коммуникация		7	90	34	12		22																									3		
3.	Факультативные дисциплины			/444	/264			/264		/102	/54	/68	/34	/68	/36	/68	/34	/104	/72	/34	/34														
3.1	Академическое письмо		/1	/68	/36			/36		/68	/36																								СК-13
3.2	Университетоведение		/1	/34	/18			/18		/34	/18																								УК-9
3.3	Корпоративный медиабрендинг		/2	/68	/34			/34				/68	/34																						СК-12
3.4	Управление карьерой		/3	/68	/36			/36				/68	/36																						СК-10
3.5	Техника речи		/4	/68	/34			/34						/68	/34																				СК-11
3.6	Отраслевой паблик рилейшнз		/5	/68	/36			/36									/68	/36																СК-9	
3.7	Физическая культура			/70	/70			/70										/36	/36	/34	/34														
4.	Дополнительные виды обучения			/506	/452	/38		/350	/64	/126	/106	/68	/68	/72	/72	/170	/136	/36	/36	/34	/34														
4.1	Физическая культура		/1-6	/350	/350			/350		/72	/72	/68	/68	/72	/72	/68	/68	/36	/36	/34	/34														УК-12
4.2	Белорусский язык (профессиональная лексика)		/1	/54	/34	/8		/26	/54	/34																									УК-11
4.3	Безопасность жизнедеятельности человека		/4	/102	/68	/30		/38						/102	/68																				БПК-14

Количество часов учебных занятий	7180	3422	1052	104	2134	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			4			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			
Ознакомительная	2	4	5	Информационно-коммуникационная	6	4	6	8	7	11				8	7	11
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	1.6, 1.10
УК-2	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий	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, 2.1, 2.8
УК-5	Быть способным к саморазвитию и совершенствованию в профессиональной деятельности	1.2, 1.4, 1.10, 2.1, 2.4
УК-6	Проявлять инициативу и адаптироваться к изменениям в профессиональной деятельности	1.8, 1.10, 2.1, 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
УК-9	Выявлять факторы и механизмы исторического развития, определять общественное значение исторических событий	1.1.4, 3.2

УК-10	Анализировать и оценивать экономические процессы, проявлять предпринимательскую инициативу	1.1.2
УК-11	Использовать речевую коммуникацию в профессиональной области на белорусском языке	4.2
УК-12	Владеть навыками здоровьесбережения	4.1
БПК-1	Анализировать, комментировать и реферировать тексты средств массовой коммуникации, обобщать результаты анализа текстов, используя современные методики и методологии, передовой отечественный и зарубежный опыт	1.3.1, 1.10
БПК-2	Оперировать основными понятиями и методами статистики, применять статистический инструментарий, устанавливать статистические закономерности развития для количественной оценки массовых социально-экономических явлений и процессов	1.10, 2.1.2
БПК-3	Проводить сбор, обработку, анализ и распространение информации в области корпоративной коммуникации, рекламы и связей с общественностью с использованием современных цифровых технологий	1.2, 1.5
БПК-4	Осуществлять мониторинг, разработку, реализацию и оптимизацию каналов, инструментов и средств коммуникации в организациях	1.7
БПК-5	Анализировать базовые модели коммуникации как когнитивные конструкции, концептуально отображающие содержание процессов информационного воздействия и взаимодействия в различных сферах	1.8, 1.10
БПК-6	Планировать, разрабатывать и реализовывать стратегии, кампании и мероприятия по продвижению, позиционированию и репозиционированию имиджа товаров, услуг, идей, организаций, СМИ	1.2
БПК-7	Использовать принципы и технологии для активизации и оптимизации внутриорганизационного взаимодействия в различных типах организаций	1.7.2
БПК-8	Создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты	1.3, 1.6
БПК-9	Применять знания о достижениях мировой и отечественной культуры/литературы в процессе создания медиатекстов	1.4
БПК-10	Применять технологии и инструменты ретроспективного анализа развития рекламы, определять экономическую и социальную эффективность рекламных мероприятий, проводить маркетинговые исследования рынка рекламы	1.9
БПК-11	Организовывать и проводить рекламные исследования на предприятиях с учетом специфики современного развития маркетинговых исследований и рекламного рынка	1.9
БПК-12	Использовать закономерности протекания психологических познавательных процессов в рекламной практике и проводить психологическую экспертизу рекламы	1.9, 2.1.1
БПК-13	Использовать знания особенностей инноваций и создавать креативные рекламные обращения к потребителям товаров и услуг	1.6
БПК-14	Применять основные методы защиты населения от негативных факторов антропогенного, техногенного, естественного происхождения, принципы рационального природопользования и энергосбережения, обеспечивать здоровые и безопасные условия труда	4.3
СК-1	Организовывать взаимодействие со средствами массовой информации, пресс-центрами, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью	2.2
СК-2	Осуществлять гармоничную и эффективную коммуникацию организации / персоны с их целевыми аудиториями	2.8.3, 2.10
СК-3	Формировать положительный имидж и репутацию организации / персоны у целевых аудиторий	2.5, 2.8.1, 2.10
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	2.7
СК-7	Осуществлять информационно-коммуникационную поддержку инновационных мероприятий в организациях, содействовать повышению инновационного потенциала организаций	2.2
СК-8	Понимать специфику и закономерности ведения деловых переговоров с различными целевыми аудиториями, соблюдать профессионально-этические нормы делового общения, находить конструктивные решения в ситуациях морального выбора, работать в команде в стрессовой ситуации	2.8.1, 2.9.1
СК-9	Характеризовать положения национального законодательства в области развития бизнеса, выявлять неурегулированные аспекты и разрабатывать рекомендации по совершенствованию действующего законодательства	2.8.2, 2.9.2, 3.6
СК-10	Принимать решения о выборе оптимальной формы организационной структуры управления организации, применять современные техники принятия управленческих решений, оценивать эффективность управления и конкурентоспособность организации	2.2, 3.4
СК-11	Применять техники разработки речевого аппарата для качественного звучания голоса в прямом эфире или записи, основные принципы расстановки акцентов при озвучивании аудиовизуальных медиатекстов	2.5, 3.5
СК-12	Создавать графические образы и шрифтовые композиции, работать с цветом, формой и дизайном при проектировании элементов фирменного стиля и рекламных продуктов	2.4, 3.3
СК-13	Применять навыки создания рекламных текстов, их литературного редактирования и копирайтинга	2.3, 3.1
СК-14	Планировать и организовывать мероприятия по продвижению на рынке товаров и услуг, используя инструментарий маркетинговых исследований	2.6
СК-15	Применять технологии брендинга в системе рекламных коммуникаций, продвигать бренды на рынке	2.5
СК-16	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».

¹ Курсовые работы выполняются по любой из специальных учебных дисциплин.

² При составлении учебного плана учреждения высшего образования по специальности 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

«21» 05 2021 г.

Председатель Управления гуманитарному образованию

«19» 05

Председатель НМС по журналистике и информации

О. М. Самусевич

«18» 05 2021 г.

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

С. А. Касперович

«25» 05 2021 г.

по научно-методической работе
научно-исследовательского учреждения образования
«Белорусский институт высшей школы»

И. В. Титович

2021 г.

Эксперт-нормоконтролер

В. И. Фесько

«25» 05 2021 г.

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО по гуманитарному образованию

Протокол № 1 от 14.01. 2021 г.

Информация об изменениях размещается на сайтах:
<http://www.edustandart.by>
<http://www.nihe.bsu.by>