



№ 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					
<b>2.4</b>	<b>Модуль «Информационные технологии и основы программирования»</b>			<b>520</b>	<b>292</b>	<b>90</b>		<b>202</b>		<b>130</b>	<b>68</b>	<b>3</b>	<b>90</b>	<b>52</b>	<b>3</b>					<b>90</b>	<b>52</b>	<b>3</b>	<b>120</b>	<b>68</b>	<b>3</b>	<b>90</b>	<b>52</b>	<b>3</b>					<b>15</b>					
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				
<b>2.5</b>	<b>Модуль «Социально-экономическое поведение»</b>			<b>312</b>	<b>190</b>	<b>94</b>			<b>96</b>							<b>90</b>	<b>54</b>	<b>3</b>	<b>102</b>	<b>68</b>	<b>3</b>	<b>120</b>	<b>68</b>	<b>3</b>									<b>9</b>					
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				
<b>2.6</b>	<b>Модуль «Человек и культура»</b>			<b>390</b>	<b>192</b>	<b>96</b>			<b>96</b>							<b>90</b>	<b>34</b>	<b>3</b>	<b>90</b>	<b>56</b>	<b>3</b>	<b>120</b>	<b>68</b>	<b>3</b>				<b>90</b>	<b>34</b>	<b>3</b>			<b>12</b>					
2.6.1	Социология			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				
<b>2.7</b>	<b>Модуль «Деловые коммуникации и персональная эффективность»</b>			<b>360</b>	<b>154</b>	<b>74</b>			<b>80</b>							<b>180</b>	<b>86</b>	<b>5</b>							<b>90</b>	<b>34</b>	<b>2</b>	<b>90</b>	<b>34</b>	<b>3</b>			<b>10</b>					
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				
<b>2.8</b>	<b>Правовой модуль</b>			<b>286</b>	<b>156</b>	<b>80</b>		<b>16</b>	<b>60</b>															<b>180</b>	<b>88</b>	<b>6</b>	<b>106</b>	<b>68</b>	<b>3</b>				<b>9</b>					
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				
<b>2.9</b>	<b>Модуль «Рекламные коммуникации и интернет-маркетинг»</b>			<b>448</b>	<b>272</b>	<b>130</b>		<b>70</b>	<b>72</b>														<b>240</b>	<b>136</b>	<b>6</b>	<b>102</b>	<b>68</b>	<b>3</b>	<b>106</b>	<b>68</b>	<b>3</b>		<b>12</b>					
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				
<b>2.10</b>	<b>Модуль «Современные маркетинговые технологии»</b>			<b>270</b>	<b>102</b>	<b>48</b>			<b>54</b>																			<b>270</b>	<b>102</b>	<b>9</b>			<b>9</b>					
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				
<b>2.11</b>	<b>Модуль «Внешние и внутренние коммуникации организации»</b>			<b>332</b>	<b>204</b>	<b>98</b>			<b>106</b>														<b>120</b>	<b>68</b>	<b>3</b>			<b>212</b>	<b>136</b>	<b>6</b>			<b>9</b>					
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				
<b>2.12</b>	<b>Модуль «Государственные и политические коммуникации»</b>			<b>282</b>	<b>172</b>	<b>86</b>			<b>86</b>																	<b>192</b>	<b>120</b>	<b>6</b>	<b>90</b>	<b>52</b>	<b>3</b>			<b>9</b>				
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				
<b>2.13</b>	<b>Модуль «Частные профессиональные дисциплины»</b>			<b>360</b>	<b>136</b>	<b>64</b>			<b>72</b>														<b>90</b>	<b>34</b>	<b>3</b>	<b>180</b>	<b>68</b>	<b>6</b>	<b>90</b>	<b>34</b>	<b>3</b>			<b>12</b>				
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

<sup>1</sup> Допускается совмещение учебной практики с теоретическим обучением.

<sup>2</sup> Курсовая работа выполняется по одной из учебных дисциплин модуля 1.5.

<sup>3</sup> Курсовая работа выполняется по одной из специальных дисциплин, изучаемых в 3 и 4 семестрах.

<sup>4</sup> 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.