

2.1.8.4	Городское развитие и городская медиасреда / Событийный менеджмент		3	108	36	12	24							108	36	3			3	УПК-3, 1СК-19		
2.1.8.5	Стратегическое управление медиапроектом / Стратегическое управление образовательным проектом	4		108	36	14	22								108	36	3	3		УПК-4, 1СК-10		
2.1.8.6	Корпоративные практики взаимодействия в гражданской среде / PR общественных организаций		4	108	36	12	24								108	36	3	3		УК-7, 1СК-17		
2.2	Профиль 2 Медиаисследования и социальная аналитика	1, 2, 2, 2, 2, 3, 3, 3, 3, 4	1, 2, 2, 2, 3, 3, 3, 3, 4	2376	856	452		404	324	108	9	756	300	21	1080	376	30	216	72	6	66	
2.2.1	Модуль "Современные медиа"	1, 2	2	432	144	72		72	216	72	6	216	72	6						12		
2.2.1.1	СМИ в эпоху новых медиа / Государственное управление и СМИ	1		216	72	36		36	216	72	6									6	УК-1, 2СК-1	
2.2.1.2	Современный медиаланшафт / Глобальная и транскультурная коммуникация		2	108	36	18		18				108	36	3						3	УК-1, УПК-1, 2СК-2	
2.2.1.3	Современные коммуникативные технологии / Медиаэкология	2		108	36	18		18				108	36	3						3	УПК-2, 2СК-3	
2.2.2	Модуль "Статистический анализ данных в медиаисследованиях"	2, 2, 3	3, 3, 3, 3	756	284	158		126				216	104	6	540	180	15			21		
2.2.2.1	Анализ данных в социальных науках	2		108	52	34		18				108	52	3						3	УПК-2, 2СК-4	
2.2.2.2	Основы выборочного метода	2		108	52	34		18				108	52	3						3	УК-4, 2СК-5	
2.2.2.3	Исследования СМИ	3		108	36	18		18							108	36	3			3	УПК-2, 2СК-6	
2.2.2.4	Многомерный анализ данных		3	108	36	18		18							108	36	3			3	УК-4, 2СК-7	
2.2.2.5	Компьютерный анализ данных		3	108	36	18		18							108	36	3			3	УК-4, 2СК-8	
2.2.2.6	Язык программирования R в социальных науках		3	108	36	18		18							108	36	3			3	УК-7, УПК-2, 2СК-9	
2.2.2.7	Инфографика		3	108	36	18		18							108	36	3			3	УК-3, 2СК-10	
2.2.3	Модуль "Социальная аналитика в интернете"	2, 3	1, 2, 2	540	196	106		90	108	36	3	324	124	9	108	36	3			15		
2.2.3.1	Качественные методы исследования медиакommunikации		1	108	36	18		18	108	36	3									3	УПК-1, 2СК-11	
2.2.3.2	Социальная аналитика		2	108	52	34		18				108	52	3						3	УПК-3, 2СК-12	
2.2.3.3	Мониторинг социальных медиа		2	108	36	18		18				108	36	3						3	УПК-2, 2СК-13	
2.2.3.4	Онлайн-исследования	2		108	36	18		18				108	36	3						3	УПК-4, 2СК-14	
2.2.3.5	Базы данных в социальных науках	3		108	36	18		18							108	36	3			3	УК-7, УПК-7, 2СК-13	
2.2.4	Модули по выбору (1 из 2)																					
2.2.4.1	Коммуникация в интернет-пространстве	3, 3, 4	3, 3, 4	648	232	116		116							432	160	12	216	72	6	18	
2.2.4.1.1	Групповая и межличностная коммуникация в сети Интернет	3		108	52	26		26							108	52	3			3	УК-6, 2СК-15	
2.2.4.1.2	Самопрезентация организации в сети Интернет		3	108	36	18		18							108	36	3			3	УК-3, 2СК-15	
2.2.4.1.3	Этика интернет-коммуникаций	3		108	36	18		18							108	36	3			3	УК-4, 2СК-16	
2.2.4.1.4	Блоггинг	4		108	36	18		18									108	36	3	3	УПК-3, 2СК-17	
2.2.4.1.5	Копирайтинг		4	108	36	18		18									108	36	3	3	УК-2, 2СК-18	
2.2.4.1.6	Религия в медийную эпоху		3	108	36	18		18							108	36	3			3	УК-5, УПК-5, 2СК-19	
2.2.4.2	Технологии продвижения	3, 3, 4	3, 3, 4	648	232	116		116							432	160	12	216	72	6	18	
2.2.4.2.1	Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций	3		108	52	26		26							108	52	3			3	УПК-4, УПК-5, 2СК-20	
2.2.4.2.2	Интернет-маркетинг		3	108	36	18		18							108	36	3			3	УПК-2, 2СК-21	
2.2.4.2.3	Продвижение инноваций в СМИ и социальных медиа	3		108	36	18		18							108	36	3			3	УПК-8, 2СК-22	
2.2.4.2.4	Маркетинг в социальных медиа (SMM)	4		108	36	18		18									108	36	3	3	УПК-5, 2СК-23	
2.2.4.2.5	Креатив в маркетинге		4	108	36	18		18									108	36	3	3	УК-7, 2СК-24	
2.2.4.2.6	Продвижение арт-продукта в СМИ и социальных медиа		3	108	36	18		18							108	36	3			3	УПК-5, 2СК-25	
3.	Факультативные дисциплины		/1, 1	/144	/92	/30		/62				/144	/92	/4							/4	
3.1	Искусство презентации		/1	/36	/24	/10		/14				/36	/24	/1							/1	
3.2	Научная коммуникация		/1	/108	/68	/20		/48				/108	/68	/3							/3	
4.	Дополнительные виды обучения	/4	/1, 3	/528	/212			/212				/108	/72				/210	/70		/210	/70	/18
4.1	Иностранный язык	/4	/3	/420	/140			/140							/210	/70		/210	/70		/12	
4.2	Основы информационных технологий		/1	/108	/72			/72				/108	/72								/6	
Количество часов учебных занятий **				3564	1192	382	26	560	224	1080	372	30	1080	336	30	1080	376	30	324	108	9	99
Количество часов учебных занятий в неделю											22		20			22			22			
Количество курсовых работ				1								1										
Количество экзаменов				13						4		4		4					1			
Количество зачетов				17						3		6		6					2			

IV. Практики				V. Магистерская диссертация			VI. Итоговая аттестация		
Название практики	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Семестр	Неделя	Зачетных единиц	Защита магистерской диссертации		
Производственная	4	6	9	4	8	12			

VII. Матрица компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-1	Быть способным к эффективному коммуникационному взаимодействию в межличностном, деловом и межкультурном контекстах, в том числе на иностранном языке, уметь руководить коллективом, проектом, предупреждать и разрешать конфликтные ситуации	1.2.2, 2.1.3.2, 2.2.1.1, 2.2.1.2
УК-2	Владеть способами и приемами устного и письменного речевого взаимодействия и аргументации для создания профессиональных текстов, в том числе на иностранном языке	1.2.1, 2.1.1.1, 2.1.8.1, 2.2.4.1.5
УК-3	Уметь разрабатывать модели исследуемых процессов, явлений и объектов и применять их к изучению современного медиапространства	1.3.2, 2.1.8.2, 2.2.2.7, 2.2.4.1.2
УК-4	Владеть методологией научного познания и быть готовым использовать её в практической деятельности	1.1, 2.1.4.2, 2.2.2.2, 2.2.2.4, 2.2.2.5, 2.2.4.1.3
УК-5	Быть способным использовать основные теории медиа и подходы к исследованию современного медиапространства	1.3.1, 2.1.3.1, 2.2.4.1.6

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь
С. А. Касперович
«__» _____ 2018 г.

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической работе
государственного учреждения образования "Республиканский институт высшей школы"
И.В. Титович
«__» _____ 2018 г.

Продолжение типового учебного плана по специальности 1-23 81 08 "Медиакоммуникации", регистрационный № Е 23-2-026/тип.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код модуля, учебной дисциплины
УК-6	Быть способным организовывать образовательный процесс с использованием педагогических инноваций и учетом личностных особенностей студентов, управлять качеством образовательного процесса	1.5, 2.2.4.1.1
УК-7	Уметь применять междисциплинарные научные знания для постановки и решения производственных задач	1.4.2, 2.1.8.6, 2.2.2.6, 2.2.3.5, 2.2.4.2.5
УК-8	Быть способным планировать, проектировать, организовывать и реализовывать научно-исследовательскую деятельность	1.4.1
УПК-1	Знать, понимать и уметь использовать теории и модели коммуникации в решении профессиональных задач	1.3.1, 1.4.2, 2.1.1.2, 2.1.4.2, 2.1.5.2, 2.2.1.2, 2.2.3.1
УПК-2	Владеть современными методами сбора, обработки, анализа, представления и распространения информации с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий	1.4.1, 2.1.2.1, 2.1.4.2, 2.2.1.3, 2.2.2.1, 2.2.2.3, 2.2.2.6, 2.2.3.3, 2.2.4.2.2
УПК-3	Выявлять проблемы, ставить задачи, планировать и осуществлять различные виды коммуникационных исследований, необходимых для принятия организационных решений и осуществления эффективной коммуникационной деятельности	1.3.2, 2.1.8.2, 2.1.8.4, 2.2.3.2, 2.2.4.1.4

УПК-4	Планировать, осуществлять и оценивать результаты коммуникационных проектов, кампаний и мероприятий, в том числе в сети Интернет	2.1.2.2, 2.1.4.1, 2.1.8.5, 2.2.3.4, 2.2.4.2.1
УПК-5	Разрабатывать и оценивать эффективность коммуникационных стратегий по продвижению, позиционированию и формированию имиджа товаров, услуг, идей, персон и организаций	2.1.4.3, 2.1.8.1, 2.2.4.1.6, 2.2.4.2.1, 2.2.4.2.4, 2.2.4.2.6
УПК-6	Разрабатывать и оценивать эффективность коммуникационной политики организации	2.1.3.2, 2.1.5.1, 2.1.6.2
УПК-7	Определять концепцию, цель и задачи информационных ресурсов и потоков в организации, планировать и контролировать процесс их создания и функционирования	2.1.6.1, 2.1.7.2, 2.1.8.3, 2.2.3.5
УПК-8	Планировать и оценивать эффективность информационно-коммуникационной поддержки инновационных решений	2.1.7.1, 2.2.4.2.3
Профиль 1 1СК-1	Уметь планировать и выстраивать эффективную коммуникацию между корпоративным субъектом и разными типами медиа (СМИ, социальные сети, интернет-ресурсы, блоги и др.)	2.1.3.2
1СК-2	Владеть методами создания текстов разных типов, стилей и жанров в рамках коммуникационной стратегии организации с учетом целей и задач коммуникатора, а также специфики каналов и средств коммуникации	2.1.1.1
1СК-3	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки и реализации коммуникационных кампаний	2.1.4.1
1СК-4	Уметь проводить комплексные коммуникационные кампании в сети Интернет с использованием различных площадок (блоги, социальные сети, интернет-СМИ) с учетом целевых аудиторий проектов	2.1.4.2
1СК-5	Владеть основными принципами планирования и организации работы пресс-службы/PR-отдела, уметь налаживать творческую и организационную деятельность пресс-служб/PR-отделов государственных, коммерческих и общественных структур	2.1.7.2
1СК-6	Владеть основными принципами консалтинговой деятельности в сфере корпоративных стратегических коммуникаций	2.1.6.2
1СК-7	Уметь комплексно применять инструменты медиакоммуникации для формирования и продвижения успешного бренда	2.1.4.3
1СК-8	Применять инновационные подходы к деятельности субъектов корпоративных стратегических медиакоммуникаций	2.1.7.1
1СК-9	Владеть технологиями эффективной медиакоммуникации с инвесторами и спонсорами для реализации стратегических целей организации	2.1.8.1
1СК-10	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки стратегий и реализации отраслевых коммуникационных проектов	2.1.8.5
1СК-11	Применять знания о принципах и специфике современного этапа развития медиаккультуры для разработки и реализации коммуникационных проектов	2.1.1.2
1СК-12	Владеть принципами анализа, планирования и управления стратегическими коммуникациями в организации	2.1.2.2
1СК-13	Владеть основными принципами планирования и организации работы с властными структурами	2.1.8.2
1СК-14	Уметь планировать и выстраивать эффективную медиакоммуникацию между корпоративным субъектом и разнообразными целевыми группами, включая местное население, партнеров, клиентов	2.1.8.3
1СК-15	Уметь планировать и выстраивать эффективную медиакоммуникацию между корпоративным субъектом и сотрудниками организации	2.1.6.1
1СК-16	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки и реализации стратегий межсекторного взаимодействия	2.1.5.1
1СК-17	Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки стратегий и реализации коммуникационных проектов в секторе общественных организаций	2.1.8.6
1СК-18	Применять знания об институциональных основах корпоративных стратегических коммуникаций для организации эффективного взаимодействия корпоративного субъекта с целевыми группами	2.1.5.2
1СК-19	Владеть принципами организации разнообразных мероприятий в современном городском коммуникативном пространстве	2.1.8.4
1СК-20	Быть готовым при принятии профессиональных решений руководствоваться принципами необходимости согласования корпоративных и общественных интересов, учета социальных последствий предпринимаемых действий, целей устойчивого развития	2.1.2.1
Профиль 2 2СК-1	Быть способным использовать возможности традиционных и новых медиа для решения политических, социально-экономических задач	2.2.1.1
2СК-2	Владеть навыками коммуникации и интеракции с представителями различных культур и медиаландшафтов	2.2.1.2
2СК-3	Владеть навыками управления информационным взаимодействием в различных сферах деятельности	2.2.1.3
2СК-4	Быть способным анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности	2.2.2.1
2СК-5	Владеть методами и основными процедурами построения репрезентативных выборок, оценки их качества, навыками их использования на практике	2.2.2.2
2СК-6	Уметь разрабатывать программу исследования, применять методы сбора и анализа данных в исследовании СМИ	2.2.2.3
2СК-7	Владеть приемами современного анализа данных для решения задач классификации, кластеризации, прогноза	2.2.2.4
2СК-8	Владеть приемами работы с компьютерными программами статистической обработки данных	2.2.2.5
2СК-9	Быть способным использовать язык программирования R в социальных исследованиях	2.2.2.6
2СК-10	Уметь визуализировать полученную в ходе исследования информацию с помощью инфографики	2.2.2.7
2СК-11	Уметь планировать и проводить качественные исследования медиакоммуникации, интерпретировать полученные результаты	2.2.3.1
2СК-12	Владеть методами историко-генетического, компаративного, системного и структурно-функционального анализа социальных проблем	2.2.3.2
2СК-13	Уметь использовать базовые средства, способы и методы получения, хранения, переработки информации для решения политических и социально-экономических задач	2.2.3.3, 2.2.3.5
2СК-14	Владеть методологией проведения онлайн-исследований	2.2.3.4
2СК-15	Быть способным осуществлять презентацию организации в сети Интернет	2.2.4.1.1, 2.2.4.1.2
2СК-16	Владеть методами логического и системного анализа последствий использования информационных технологий	2.2.4.1.3
2СК-17	Быть способным использовать возможности блогосферы при проведении коммуникационных кампаний	2.2.4.1.4
2СК-18	Владеть методами создания текстов различных типов, стилей и жанров в рамках коммуникационной стратегии организации	2.2.4.1.5
2СК-19	Уметь анализировать коммуникативные стратегии различных конфессий в сети Интернет	2.2.4.1.6
2СК-20	Быть способным осуществлять стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций	2.2.4.2.1
2СК-21	Владеть различными формами, средствами и способами реализации маркетинговых стратегий продвижения товаров и услуг в сети Интернет	2.2.4.2.2
2СК-22	Быть способным реализовать продвижение инноваций в СМИ и социальных медиа	2.2.4.2.3
2СК-23	Владеть основными инструментами и стратегиями реализации маркетинга в социальных медиа	2.2.4.2.4
2СК-24	Владеть навыками креативного применения моделей и инструментов современного маркетинга	2.2.4.2.5
2СК-25	Быть способным реализовать продвижение арт-продукта в СМИ и социальных медиа	2.2.4.2.6

* Итог по компоненту УО указан по профилю 1.

** Итог указан по профилю 1.

СОГЛАСОВАНО

Начальник информационно-аналитического управления
Министерства информации Республики Беларусь

_____ Т.Н. Хмель
«__» _____ 2018 г.

Председатель УМО по гуманитарному образованию

_____ С.Н. Ходин
«__» _____ 2018 г.

Председатель НМС по группе специальностей "Коммуникации"

_____ А.В. Рубанов
«__» _____ 2018 г.

Главное управление учебной и научно-методической работы Белорусского государственного университета

_____ Л. М. Хухлындина
«__» _____ 2018 г.

Рекомендован к утверждению Президиумом Совета УМО
по гуманитарному образованию
(протокол №__ от _____ 2018 г.)

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления профессионального образования
Министерства образования Республики Беларусь

_____ С.А. Касперович
«__» _____ 2018 г.

Проректор по научно-методической работе государственного учреждения
образования "Республиканский институт высшей школы"

_____ И.В. Титович
«__» _____ 2018 г.

Эксперт-нормоконтролер

_____ И.Н. Михайлова
«__» _____ 2018 г.