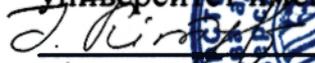


УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Гродненский государственный
университет имени Янки Купалы»

 И. Ф. Китурко
ФН 04/05/2024



КОМПЛЕКСНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

6-05-0321-02 Информация и коммуникация

образовательной программы бакалавриата
на 2024–2028 гг.

в учреждении образования «Гродненский государственный университет
имени Янки Купалы»

Гродно 2024

Раздел 1. Паспорт образовательной программы

Код и наименование специальности	6-05-0321-02 Информация и коммуникация
Квалификация, степень	специалист по информации и коммуникации, бакалавр
Образовательный стандарт	ОСВО 6-05-0321-02-2023, утвержден Постановлением Министерства образования Республики Беларусь № 237 от 04.08.2023 г.
Форма обучения, срок и объем (з.е.)	дневная, 4 года, 240 з.е.
Профилизация(и)	-
Выпускающая кафедра	журналистики
Язык реализации	русский
Сетевая форма реализации	нет
Партнеры по реализации специальности	<p>Главное управление идеологической работы и по делам молодежи Гродненского областного исполнительного комитета</p> <p>Редакция газеты «Гродзенская праўда» (филиал кафедры) Телерадиокомпания «Гродно» (филиал кафедры) Телерадиовещательный канал «Гродно Плюс» (филиал кафедры)</p>
Виды профессиональной деятельности (согласно ОС)	<p>Деятельность в области телекоммуникаций; деятельность в области информационного обслуживания; деятельность по связям с общественностью; научные исследования и разработки; рекламная деятельность и изучение конъюнктуры рынка; организация конференций и профессиональных выставок; творческая деятельность и развлечения; деятельность организаций, основанных на членстве, объединяющих по сферам предпринимательской и профессиональной деятельности</p>
Перечень возможных должностей	<p>Сотрудники управленческой сферы, учреждений культуры, науки и образования, идеологических и информационных служб, служб изучения общественного мнения, маркетинговых служб и рекламных агентств, творческие сотрудники СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специалист по связям с общественностью (PR-специалист); - специалист по рекламным коммуникациям, специалист рекламного

агентства (отдела), менеджер по рекламе;
- специалист отделов и управлений идеологической работы органов государственного управления и самоуправления;
- специалист пресс-центра, пресс-службы, пресс-секретарь;
- специалист по продвижению, контент-менеджер, SMM-менеджер;
- специалист по антикризисным коммуникациям;
- специалист по управлению проектами, проектный менеджер;
- редактор издательства, периодического издания, интернет-ресурса;
- корреспондент / фотокорреспондент периодического издания, радио, телевидения, интернет-издания (портала), информационного агентства, пресс-центра, пресс-службы;
- секретарь-референт, администратор;
- заведующий, мастер, лаборант лаборатории, связанной с издательской или аудиовизуальной деятельностью;
- оператор электронного набора и верстки, оператор ЭВМ редакционно-издательского отдела;
- лаборант факультета или кафедры учреждения высшего образования, связанных с коммуникационным профилем.

1.2 Конкурентные преимущества образовательной программы

Специальность 6-05-0321-02 Информация и коммуникация имеет широкие перспективы и востребована в государственных и частных коммерческих и некоммерческих организациях, обеспечивает широкие возможности для последующего трудоустройства, так как в основе развития специализированных компетенций выпускников – формирование «мягких» навыков (умения эффективно коммуницировать в различных форматах, составлять и декодировать сообщения, пользоваться современными информационно-коммуникационными технологиями и др.), востребованных в разных типах деятельности.

Подготовку специалистов по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация в Республике Беларусь осуществляют несколько университетов: Белорусский государственный университет, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина.

Образовательная программа подготовки будущих специалистов по информации и коммуникации в ГрГУ имени Янки Купалы имеет ряд конкурентных преимуществ.

Во-первых, высокий запрос со стороны работодателей на специалистов. Специальность 6-05-0321-02 Информация и коммуникация соответствует приоритетам развития Гродненской области, которая занимает приграничное положение на стыке двух крупных интеграционных объединений (ЕС и ЕАЭС). Развитие Гродненской области в современных социально-экономических условиях требует подготовки специалистов, которые владеют информационными технологиями, способны наладить коммуникацию между разными участниками политических, идеологических, экономических, социальных процессов, являются профессионалами в сфере связей с общественностью, продвижения и рекламы, умеют создавать качественный контент с пониманием специфики региона, с осознанием ответственности за результат своего труда перед обществом и государством. Распределение выпускников специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация ежегодно осуществляется в соответствии с комплексной заявкой базовой организации-заказчика кадров и индивидуальными заявками от организаций, учреждений и предприятий г. Гродно и Гродненской области. О востребованности выпускников специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация свидетельствует 100% государственное распределение молодых специалистов, получивших образование за счет бюджетных средств.

Во-вторых, наличие материальных, информационных, технических ресурсов, которые усиливают конкурентные позиции университета. Гродненский государственный университет имени Янки Купалы – единственное государственное высшее учебное заведение с мощной ресурсной базой, научным и интеллектуальным потенциалом, которое осуществляет подготовку специалистов по информации и коммуникации в Гродненском регионе, обеспечивает потребности пресс-центров и пресс-

служб законодательных, исполнительных органов государственного управления, отделов и центров по связям с общественностью государственных, коммерческих и общественных организаций, маркетинговых служб, рекламных и специализированных коммуникационных агентств, средств массовой информации в квалифицированных работниках с высшим образованием. Практической площадкой для подготовки профессионалов по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация выступает УНПО «Студенческий медиацентр» при кафедре журналистики Купаловского университета. Материальная база кафедры журналистики укреплена тремя филиалами на базе редакций гродненских СМИ: РУП РТЦ «Телерадиокомпания «Гродно»», КУП ТВРК «Гродно Плюс» и ОУИРП «Рэдакцыя газеты «Гродзенская праўда»». Дисциплины специализаций на филиалах студентам преподают ведущие специалисты СМИ г. Гродно.

В-третьих, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы располагает квалифицированным профессорско-преподавательским составом, обеспечивающим обучение студентов по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация, в рамках практико-ориентированной подготовки имеет возможность использования ресурсов предприятий и организаций региона, заинтересованных в подготовке специалистов. Студенты специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация с первых дней обучения получают возможность работать с профессионалами в сфере рекламы и связей с общественностью, в студенческом медиацентре и на площадках филиалов обучаться работе с фото- и видеотехникой, осваивать программы обработки медиафайлов, создания компьютерной графики, программ верстки и монтажа, вовлекаться в подготовку междисциплинарных проектов и работать в составе проектных команд, состоящих из студентов разных факультетов и специальностей. Активные студенты уже со 2 курса имеют возможность трудоустроиться в организации и на предприятия г. Гродно с оформлением индивидуального плана обучения, выстраивать траекторию индивидуального роста в соответствии с собственными приоритетами. Уровень подготовки дипломированных выпускников образовательной программы 6-05-0321-02 Информация и коммуникация позволяет продолжать обучение на ведущих магистерских программах по коммуникации, журналистике, маркетингу или информационным технологиям в Республике Беларусь и за рубежом.

1.3 Компетентностная модель выпускника

Специалист по информации и коммуникации может решать задачи профессиональной деятельности следующих типов:

1) *информационно-аналитические*: анализировать, комментировать и реферировать тексты средств массовой информации (далее - СМИ), а также обобщать результаты анализа текстов с использованием современных методик и методологии, передового отечественного и зарубежного опыта; обрабатывать, анализировать и распространять информацию в области корпоративной коммуникации, рекламы и связей с общественностью с

использованием современных цифровых технологий; производить мониторинг, разработку, реализацию и оптимизацию каналов, инструментов и средств коммуникации в организациях; анализировать базовые модели коммуникации как когнитивные конструкции, концептуально отображающие содержание процессов информационного воздействия и взаимодействия в различных сферах;

2) *научно-исследовательские*: научно-исследовательская деятельность в составе группы; подготовка объектов и освоение методов исследования; количественные и качественные исследования в различных областях социальной коммуникации; участие в разработке новых методических подходов; составление научных докладов и библиографических списков по заданной теме, сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследования в области информации и коммуникации;

3) *организационно-управленческие*: участие в разработке вариантов управленческих решений; организация выполнения порученного этапа; составление технической документации и отчетности; участие в организации лабораторных работ, семинаров, конференций;

4) *коммуникационные*: взаимодействие со СМИ, пресс-центрами, информационными, рекламными агентствами; выявление закономерностей, прогнозирование тенденций в развитии коммуникационной деятельности организации;

5) *экспертно-консультационные*: информационно-коммуникационная поддержка инновационной деятельности, содействие повышению инновационного потенциала организаций;

6) *инновационно-технологические*: мониторинг, разработка, реализация и оптимизация каналов, инструментов и средств коммуникации в организациях; планирование, разработка и реализация стратегий, кампаний и мероприятий по продвижению, позиционированию и репозиционированию имиджа товаров, услуг, идей, организаций, СМИ.

В соответствии с ОСВО 6-05-0321-02-2023 выпускник специальности 6-05-0321-02 «Информация и коммуникация» должен обладать рядом универсальных компетенций, базовых профессиональных компетенций, специализированных компетенций. Все УК, БПК и СК включены в учебный план специальностей и закреплены в содержании образовательной программы как набор требуемых результатов освоения содержания образовательной программы бакалавриата в соответствии с образовательным стандартом.

**Раздел 2. Каталог учебных дисциплин, модулей специальности
6-05-0321-02 Информация и коммуникация**

Модуль	Учебная дисциплина	Краткое содержание (аннотация)	Цель изучения модуля в структуре профессиональной подготовки, результаты обучения	Общее количество часов	Количество аудиторных часов	Трудоемкость (з.е.)	Форма аттестации
Государственный компонент							
1. Социально-гуманитарный модуль	Философия	Философия как учебная дисциплина занимает особое место в системе социально-гуманитарного образования, являясь его концептуальной основой. Во взаимосвязи с другими социально-гуманитарными дисциплинами она вносит весомый вклад в развитие мировоззрения будущего специалиста, способствует становлению его активной гражданской позиции, помогает ему адекватно оценивать особенности и процессы развития современного общества. Философское знание предлагает человеку интегральное видение мира, помогает овладеть системным мышлением, преодолеть фрагментарность обыденного сознания.	Изучение учебной дисциплины «Философия» ориентировано на освоение обучающимися наследия мировой и отечественной философской мысли, формирование у них творческого отношения к этому наследию, развитие навыков самостоятельного философского мышления. В этой связи особой задачей является изучение динамики философского знания в широком историко-культурном контексте, взаимосвязи его эволюции с логикой развития духовной культуры человечества, философским осмыслением современных социальных реалий. В ходе освоения курса у студентов формируется современное мировоззрение и	108	54	3	экзамен

			интегральное видение мира, базирующееся на гуманистических идеях и принципах; формируется представление об основах мировой и отечественной философской культуры, способность к креативному и критическому мышлению; умение четко формулировать свою социально-политическую и смысложизненную позицию в условиях современных глобальных трансформаций и философски обосновывать их.				
	Современная политэкономия	В условиях быстрого роста и высокой степени непредсказуемости технологических, экономических, репутационных и инвестиционных рисков, усугубляющихся распространением общественно-функциональных инноваций как методов конкурентной борьбы на всех уровнях — на уровне предприятия, отрасли, страны – невозможно	Основной целью изучения учебной дисциплины «Современная политэкономия» является формирование у обучающихся системного глобального политико-экономического мышления, развитие способности критического анализа и комплексной оценки геополитической, идеологической и социальной	108	54	3	экзамен

		<p>обеспечить устойчивую конкурентоспособность национальной экономики без специалистов, обладающих системным политико-экономическим мышлением и разделяющим общегосударственные ценности. На решение этих задач ориентирована учебная дисциплина «Современная политэкономия»</p>	<p>информации в её взаимосвязи с экономическими процессами, формирование практических навыков для решения проблем национальной и экономической безопасности с использованием современных механизмов выявления, нейтрализации и предотвращения угроз и рисков для общества, государства, хозяйственных субъектов, домашних хозяйств и индивидов.</p>				
	История белорусской государственности	<p>Актуальнасць вывучэння гісторыі беларускай дзяржаўнасці вызначаецца неабходнасцю фарміравання аб'ектыўнага навуковага погляда на гісторыю беларускага народа, які склаўся у працэсе ўзаемадзеяння розных сацыяльна-эканамічных, этнакультурных, геапалітычных і культурна-</p>	<p>Мэта вучэбнай дысцыпліны - фарміраванне абгрунтаванай патрыятычнай пазіцыі. Задачы вучэбнай дысцыпліны: - фарміраванне сістэмы ведаў па гісторыі беларускай дзяржаўнасці, развіццё ўменняў асэнсоўваць падзеі і з'явы рэчаіснасці ва ўзаемасувязі мінулага, сучаснага і будучага; - стварэнне</p>	108	54	3	экзамен

		<p>цывілізацыйных фактараў. Дысцыпліна не толькі забяспечвае падрыхтоўку спецыяліста, але і фарміруе грамадзяніна і патрыёта.</p>	<p>устойлівага ўяўлення аб гістарычным шляху і мэтах далейшага развіцця беларускай дзяржавы; - развіццё навыкаў абгрунтавана фармуляваць сваю пазіцыю па актуальным пытанням палітычнай, сацыяльна-эканамічнай і культурнай сфер.</p>				
<p>2. Общепрофессиональные дисциплины</p>	<p>Основы информационно-коммуникационной деятельности</p>	<p>Данная дисциплина является одной из базовых в рамках подготовки специалистов, чья профессия непосредственным образом связана с информационно-коммуникационной деятельностью. Хотя на сегодняшний день диапазон коммуникационных профессий весьма широк, рост их числа продолжается. В рамках дисциплины внимание уделяется уровням межличностной, групповой и массовой коммуникации. Студентам</p>	<p>Цель дисциплины – сформировать у студентов системное представление о содержании и условиях их будущей профессиональной деятельности, ознакомить с основными требованиями к специалистам данного профиля, а также сформировать базу знаний об основных понятиях и терминах по информации и коммуникации.</p> <p>Предметом дисциплины являются сущностные характеристики эволюции</p>	126	72	3	экзамен

		предлагаются базовые знания об основных моделях, концепциях и теориях коммуникативистики и медиалогии.	информационно-коммуникационной деятельности в период формирования информационного общества. В ходе ее изучения предполагается не только теоретическое осмысление данной эволюции, но и формирование у студентов представлений о практической работе специалистов в различных сферах профессиональной деятельности.				
	История и теория коммуникации	Изучая данную дисциплину, студенты опираются на знания, приобретенные в процессе изучения курсов «Введение в специальность» и «Основы информационно-коммуникационной деятельности». Дисциплина «История и теория коммуникации» является фундаментом для дальнейшей профессиональной подготовки специалистов в области информации и	Целью изучения учебной дисциплины «История и теория коммуникации» является формирование у студентов целостной картины развития технологий, систем и моделей массмедиа. Дисциплина "История и теория коммуникации" знакомит студентов с основными научными направлениями в области исследования массовых коммуникаций, учит ориентироваться в	116	68	3	зачет

		<p>коммуникации вне зависимости от выбранной специализации. Совершенствование знаний, приобретенных по «Истории и теории коммуникации», предполагается в дисциплинах специализаций, а также в спецкурсах и курсах по профилю. Базовыми пререквизитами для данной дисциплины являются общие знания уровня школы и бакалавриата в сфере общей социологии, философии, психологии и т.п.</p>	<p>исторических аспектах развития медиа в обществе, различиях и концептуальных особенностях некоторых подходов к исследованию медиа и теоретических школ их изучения.</p>				
	<p>Основы журналистики</p>	<p>Основными формами аудиторных занятий являются лекционные и практические. Курс призван направить учебную активность студентов в русло системного развития необходимых специалисту задатков и качеств, формирования творческих и мировоззренческих позиций. Уровень усвоения содержания</p>	<p>Цель изучения дисциплины - дать студентам комплексные и системные знания об особенностях работы редакций печатных, аудиовизуальных, интернет-СМИ в современных условиях, привить навыки практической работы в прессе, на радио и телевидении, научить будущих специалистов по</p>	<p>110</p>	<p>52</p>	<p>3</p>	<p>экзамен</p>

		<p>учебной дисциплины проверяется, кроме активности и полноты ответов на практических занятиях, качеством текстов, подготовленных студентами (опубликованных в печати и принятых к опубликованию), качеством выполнения контрольной работы.</p>	<p>связям с общественностью эффективно использовать новые информационные технологии в будущей профессиональной деятельности.</p> <p>В рамках дисциплины у студентов формируются представления о роли и функциях журналистики в современном обществе, о принципах журналистской деятельности, о видах СМИ и специфике их редакционной деятельности, об особенностях работы в практической журналистике.</p>				
3. Медиа-лингвистика	Язык средств массовой коммуникации	<p>Курс «Язык средств массовой коммуникации» является одним из определяющих в системе подготовки специалиста в области медиакоммуникаций. Он максимально приближает будущего специалиста по информации и</p>	<p>Цель дисциплины – научить анализировать язык современных СМК как результат и инструмент глобальных коммуникационных процессов, видеть особенности его функционирования в важнейших сферах</p>	368 часов	212 часов	9 з.е.	экзамен

		коммуникации к непосредственной профессиональной деятельности, т.к. работа в сфере рекламы и связей с общественностью предполагает в первую очередь умение создавать интеллектуальный продукт с эффективной иллокутивной и перлокутивной силой. Дисциплина изучается в 1, 2, 3 семестрах.	человеческой деятельности, понимать процессы в стилистической системе естественного языка вследствие динамичной и высокотехнологичной коммуникации.				
	Речевая коммуникация и культура речи	Учебная дисциплина «Речевая коммуникация и культура речи» предназначена для реализации общего высшего образования (бакалавриат) и входит в модуль «Медиалингвистика» государственного компонента типового учебного плана для подготовки специалистов в области информации и коммуникации. Учебная дисциплина «Речевая коммуникация и культура речи» читается в одном	Цель учебной дисциплины – обеспечить формирование коммуникативной личности, обладающей необходимой для успешного взаимодействия в обществе коммуникативной компетенцией, умеющей формировать индивидуальные коммуникативные стратегии и тактики, обладающей мотивационными, когнитивными, семиотическими и	116	68	3	зачет

		<p>семестре с учебной дисциплиной «Язык средств массовой коммуникации». Также учебная дисциплина является основой для последующего изучения дисциплины «Стилистика и редактирование медиатекстов».</p>	<p>функциональными ориентирами, владеющей системой норм современного русского литературного языка; дать системное представление о речевой коммуникации, способствовать теоретическому осмыслению, обобщению и систематизации навыков речевой деятельности, заложить основы становления студента специальности "Информация и коммуникация" как профессиональной языковой личности.</p>				
	<p>Стилистика и редактирование медиатекстов</p>	<p>Дисциплина "Стилистика и редактирование медиатекстов" направлена на формирование глубокого понимания методологии редакционного процесса, определение категорий и понятий, осознание коммуникативной роли редактирования в обеспечении общества</p>	<p>Цель дисциплины – ознакомить студентов с вопросами стилистической дифференциации языковых средств, охарактеризовать нормы литературного языка, показать наиболее целесообразное использование синонимических вариантов, привить навыки обоснованного</p>	116	68	3	экзамен

		<p>качественным информационным продуктом. Владение концептуальными основами современного редактирования – важное требование к профессионалу в сфере рекламных и PR-коммуникаций</p>	<p>их выбора, содействовать повышению речевой культуры.</p> <p>В ходе изучения дисциплины студенты формируют представление о стилистических ресурсах фонетики, лексики, фразеологии, словообразования, морфологии и синтаксиса русского языка; знакомятся с системой функциональных стилей современного русского языка; развивают стилистическое чутьё; совершенствуют навыки и умения оценивать и правильно употреблять языковые средства в речи в соответствии с конкретным функциональным стилем; осваивают приемы стилистического анализа и литературного редактирования текста; формируют навыки в составлении</p>				
--	--	---	---	--	--	--	--

			<p>текстов разных стилей и жанров; развивают коммуникативные способности для формирования гармоничной личности, свободно владеющей нормами речевой культуры.</p>				
	Иностранный язык	<p>Данная дисциплина является одной из базовых в рамках подготовки специалистов, чья профессия непосредственным образом связана с областью массовой коммуникации. Прежде всего, это знание языков. Для вступления в межличностные и деловые коммуникации в современном обществе все чаще требуются уверенные знания иностранных языков, прежде всего английского, как языка международного общения. В рамках дисциплины внимание уделяется уровням межличностной, групповой и массовой коммуникации как в</p>	<p>Основной целью учебной дисциплины «Иностранный язык» является формирование иноязычной коммуникативной компетенции будущего специалиста, позволяющей использовать иностранный язык как средство профессионального и межличностного общения. Достижение главной цели предполагает комплексную реализацию познавательной, развивающей, воспитательной и практической задач.</p>	240 часов.	136 часов.	6 з.е.	Зачет (1 семестр); экзамен (2 семестр).

		<p>профессиональной деятельности, так и в непосредственном общении с носителями языка. Основной упор делается на углубленную работу над базовыми речевыми образцами и расширением словарного запаса студентов.</p>					
4. Литературный процесс и социум	Зарубежная литература	<p>Дисциплина «Зарубежная литература» изучается в 2 семестрах и состоит из 6 последовательно изучаемых частей: античная литература (часть I), литература Западной Европы средних веков и эпохи Возрождения (часть II), литература европейских стран XVII-XVIII вв. (часть III), зарубежная литература XIX в. (часть IV), литература рубежа XIX-XX вв. (часть V), всемирная литература XX века и рубежа XX-XXI веков (часть VI).</p>	<p>Целью учебной дисциплины является формирование общего представления о зарубежной литературе как динамической системе, о творчестве ее отдельных представителей. В ходе освоения дисциплины студенты получают системное представление о литературных направлениях и течениях в зарубежной литературе XIX-XX вв.; формируют представление об общих тенденциях развития зарубежной литературы XIX-XX вв. в ее обусловленности культурно-</p>	220	104	6	Зачёт (1 семестр) Экзамен (2 семестр)

			историческим контекстом; знакомятся с наиболее значительными авторами и произведениями зарубежной литературы XIX-XX вв.				
	Русская литература	«Русская литература» - курс литературы, который в ходит в число дисциплин государственного компонента. Курс имеет связи с историей зарубежной литературы, с теорией литературы, с историей России XII-XXI вв.	Цель дисциплины – ознакомление с основными этапами, проблемами, поэтикой русской литературы. В ходе освоения курса студенты знакомятся с особенностями древнерусской литературы, поэтикой классицизма и сентиментализма в русской литературе XVIII века, романтизма и реализма, литературным канонем XIX века, литературой русского модернизма, литературой начала XX века и советской литературой, современной русской литературой.	126	72	3	экзамен
	Белорусская литература	Дадзены курс паглыбляе веды і пашырае уяўленні аб гісторыі, ідэйна-тэматычнай	Пазнаёміць студэнтаў з беларускай літаратурай старажытнага перыяду, яе гісторыяй	220 часов	104 часа	6 з.е.	Зачёт (3 семестр) Экзамен (4 семестр)

		<p>разнастайнасці і жанравай спецыфіцы беларускай літаратуры і з'яўляецца неад'емнай часткай у сістэме падрыхтоўкі журналіста і спецыяліста па інфармацыі і камунікацыі. Дысцыпліна прадугледжвае шырокае азнаямленне з жанравай сістэмай беларускай літаратуры, творчасцю пісьменнікаў, асаблівасцямі сістэмы мастацкага адлюстравання рэчаіснасці, з пазтыкай, мастацкай спецыфікай лірычных, эпічных і драматычных жанраў старажытнага перыяду і XIX стагоддзя.</p>	<p>і метадалогіяй вывучэння і даследавання, прасачыць заканамернасці і асаблівасці развіцця літаратурнага працэсу ў розных гістарычных перыяды, падкрэсліць пераемнасць і засваенне сучаснай літаратурай лепшых традыцый папярэдніх эпох</p> <p>У курсе ахопліваецца значны літаратурны і даследчы матэрыял у шырокіх межах — разглядаецца як мастацкая спадчына мінулых стагоддзяў, так і напрацоўкі бягучага навуковага працэсу, акрэсліваюцца таксама тэндэнцыі развіцця беларускай літаратуры ўцэлым і асобных жанраў, эвалюцыя творчасці асобных значных пісьменнікаў, у тым ліку ў параўнальным аспекце. Курс звязаны з іншымі</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--

			дисциплінамі вучэбных планаў спецыяльнасцей "Журналістыка" і "Інфармацыя і камунікацыя"				
5. Цифровые технологии	Современные информационные технологии	Дисциплина позволяет получить базовые представления о состоянии, границах применения и практической значимости современных информационных технологий. Без понимания того, какие информационные технологии являются современными, без знания самых последних инновационных разработок в этой области, без осознания того, как сегодня правильно и эффективно использовать информационные технологии в профессиональной деятельности — деятельности, предполагающей погружение в широкое информационное	Цели дисциплины "Современные информационные технологии": - формирование углубленных знаний в области современных информационных и коммуникационных технологий; - изучение основных теоретических принципов организации и использования информационных процессов, информационных технологий и информационных систем; - получение практических умений и навыков по использованию современных информационных технологий для решения практических задач.	110	52	3	зачет

		<p>пространство, выстраивание коммуникативных отношений, партнёрских связей и долгосрочных программ сотрудничества – невозможна подготовка специалиста в сфере массовых коммуникаций. При выборе содержания дисциплины приоритетным являлся принцип профессиональной востребованности учебного материала. Дисциплина "Современные информационные технологии" имеет тесную связь с дисциплинами "Основы журналистики", "Информационная безопасность".</p>					
	<p>Мультимедийные технологии коммуникации</p>	<p>Актуальность изучения дисциплины «Мультимедийные технологии коммуникации» обусловлена тем фактом, что вызвавшее серьезные</p>	<p>Цель дисциплины – ориентация будущих специалистов в оценке традиций и современных тенденций в теории и практике информационного</p>	<p>236</p>	<p>124</p>	<p>6</p>	<p>зачет</p>

		<p>трансформации во всех сферах современного общества развитие информационных и коммуникационных технологий не только кардинально изменило структуру, способы функционирования СМК и каналы распространения информации, но и привело к значительным трансформациям в самой профессии специалиста, работающего с информацией. Поскольку Интернет снабдил современного специалиста в области информации и коммуникации не только принципиально новыми инструментами для интерактивного общения с аудиторией, но и более эффективными средствами для профессионального развития и самореализации, все больше говорят об универсальном журналисте, в</p>	<p>дизайна, освещение возможностей современных мультимедийных технологий в организации коммуникационных процессов.</p> <p>В ходе освоения дисциплины студенты знакомятся с основными понятиями в сфере компьютерной графики, с основными возможностями, предоставляемыми графическими редакторами при создании, оцифровке, обработке и преобразовании графических изображений, способами эффективного использования существующих коллекций графических изображений; учатся способам организации и представления электронной информации, предоставляемым современными технологиями веб-дизайна; изучают</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--

		деятельности которого умение использовать информационные технологии становится важнейшим качеством.	основные понятия и определения теории дизайна, основные материалы и инструменты дизайнера, фундаментальные принципы теории дизайна; знакомятся с основными возможностями поиска и размещения информации в сети Интернет.				
6. Медiateхнологии	Технологии создания медиатекстов	Дисциплина «Технологии создания медиатекстов» – одна из важнейших в процессе подготовки специалистов по информации и коммуникации. Учебная дисциплина относится к модулю «Медiateхнологии» государственного компонента. В процессе изучения дисциплины «Технологии создания медиатекстов» студенты специальности «Информация и коммуникация» получают теоретические знания и практические	Цель учебной дисциплины - формирование навыков создания медиатекстов в разных форматах, адаптированных для разных медийных платформ, с использованием различных методов поиска и обработки информации, в широком жанровом диапазоне. Студентам дается комплексное представление об этапах создания и структуре текста, системе творческих методов и жанров журналистики, специфике форматов,	110	52	3	зачет

		навыки по созданию материалов в разных жанрах и форматах.	используемых в современных медиа, способах продвижения медиаконтента в традиционной и сетевой журналистике.				
	Техника речи	<p>Мастерство публичного выступления - искусство, имеющее свои специфические особенности, требующие определенных речевых данных и способностей, специальных знаний и умений.</p> <p>Способствовать формированию аналитико-синтаксической деятельности студентов путем развития их логического мышления: умений выявлять мысль автора, мелодически правильно выражать ее в звучании и передавать слушателю в перспективном ее развитии.</p> <p>Учебная дисциплина</p>	<p>Цель дисциплины – обеспечить студентов проверенной опытом системой приемов, упражнений, рекомендаций, способствующих максимально эффективному устному произнесению высказываний.</p> <p>В ходе преподавания дисциплины предполагается научить каждого студента говорить у микрофона так, чтобы было «слышно, внятно и понятно». Это умение необходимо каждому «говорящему» специалисту в сфере массовых коммуникаций для точной передачи материала до слушателя. Для того, чтобы было слышно,</p>	96	36	3	зачет

		<p>«Техника речи» является общепрофессиональной дисциплиной, формирующей профессиональные знания и умения, необходимые для эффективной организации коммуникативной и познавательной составляющих будущей трудовой деятельности будущего журналиста.</p>	<p>необходимо заниматься дыханием и голосом. Для того, чтобы было внятно – нужна чёткая артикуляция и правильная дикция. Для того чтобы было понятно журналист должен владеть логикой речи.</p>				
	Копирайтинг	<p>Дисциплина «Копирайтинг» является практико-ориентированной, призванной познакомить студентов с различными аспектами, методами и особенностями организационной, аналитической и креативной работы при решении реальных коммуникативных задач в области рекламной коммуникации. Приступая к изучению дисциплины, студент должен обладать знаниями по основным общегуманитарным и</p>	<p>Цель курса – комплексное освоение студентами базовых принципов работы над рекламными, "продающими" текстами, что подразумевает получение знаний, формирование умений и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта и контента эффективного рекламного материала.</p>	110	52	3	экзамен

		социально-экономическим дисциплинам с целью решения профессиональных, компетентностных задач. Также студент должен владеть знаниями по общепрофессиональным дисциплинам и обладать соответствующими практическими навыками, предусмотренными государственным образовательным стандартом по специальности «Информация и коммуникация».					
7. Теория и методология рекламы и связей с общественностью	Теория связей с общественностью	Учебная дисциплина «Теория связей с общественностью» играет ведущую роль в профессиональной подготовке будущих специалистов по информации и коммуникации и основывается на учебных дисциплинах «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Коммуникационный практикум»,	Цель учебной дисциплины - формирование у студентов теоретических представлений об эффективной коммуникации субъекта общественных связей с целевыми аудиториями. В ходе освоения дисциплины студенты знакомятся с основными понятиями	116	68	3	экзамен

		«Внутриорганизационная коммуникация», служит базой для восприятия и усвоения учебных дисциплин «Брендинг», «Антикризисная коммуникация».	и принципами коммуникации в сфере общественных связей; составляют целостное, системное представление о теоретико-методологических основах и тенденциях PR-коммуникации, ее результативности и эффективности; знакомятся с студентами с основными методами качественных и количественных исследований в области связей с общественностью; формируют представление о специфике разработки комплексного PR-обеспечения субъекта общественных связей.				
Теория рекламы	Учебная дисциплина «Теория рекламы» играет ведущую роль в профессиональной подготовке будущих специалистов по информации и коммуникации и основывается на учебных дисциплинах «Основы информационно-коммуникационной	Цель учебной дисциплины – формирование студентов теоретических представлений о специфике сферы рекламной коммуникации, изучение студентами места рекламы в современном социуме, роли рекламы в	116	68	3	экзамен	

		<p>деятельности», «Коммуникационный практикум», «Внутриорганизационная коммуникация», служит базой для восприятия и усвоения учебных дисциплин «Копирайтинг», «Социальная реклама», «Редактирование рекламного текста».</p>	<p>формировании системы общественных коммуникаций. В ходе освоения учебной дисциплины студенты получают комплекс знаний о месте рекламы в информационной индустрии и в информационных технологиях; осваивают современную терминологию рекламной коммуникации; формируют представление о процессе эффективных маркетинговых коммуникаций, его структуре, объектах, субъектах, средствах;</p>				
<p>8. Правовые и этические нормы коммуникации</p>	<p>Этика коммуникационной деятельности</p>	<p>Начальное понятие о профессионально-нравственных ориентирах будущей деятельности студенты получают в ходе изучения дисциплин «Введение в специальность», «Основы информационно-коммуникационной</p>	<p>Целью изучения дисциплины «Этика коммуникационной деятельности» формирование целостного комплекса знаний о профессионально-этических нормах в деятельности пресс-секретарей, специалистов по</p>	<p>110</p>	<p>52</p>	<p>3</p>	<p>экзамен</p>

		<p>деятельности» и «Основы журналистики». Дисциплина «Профессиональная этика коммуникационной деятельности» представляет собой дальнейшее, теперь более детальное, рассмотрение системы профессионально-этической регуляции профессионального поведения специалистов в сфере массовых коммуникаций. Вместе с этим, данная дисциплина является необходимым элементом образования специалиста в области бизнес-коммуникаций, рекламной деятельности, социальной работы, государственной службы.</p>	<p>связям с общественностью и рекламе, способности применять и следовать им на практике.</p> <p>Дисциплина позволяет: представить будущим специалистам в сфере массовых коммуникаций систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений в сфере массовых коммуникаций, их роли в профессиональной деятельности; помочь осознать, как действует профессиональная мораль, и понять особенности ее отражения в профессиональной этике; познакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики; раскрыть содержание основных профессионально-</p>				
--	--	---	--	--	--	--	--

			<p>этических представлений, категорий, норм и принципов, рассматриваемых мировым профессиональным сообществом как стандарты профессионального поведения; помочь в осмыслении основных проблемных и дискуссионных вопросов профессиональной этики и др.</p>				
	<p>Правовое регулирование коммуникации</p>	<p>Программа дисциплины учитывает принцип профессиональной направленности, когда наряду с изучением основ права (норм конституционного права, гражданского, уголовного, хозяйственного и др.) рассматриваются нормы права, регулирующие деятельность СМИ и рекламы, определяющие правовой статус журналиста, специалиста по связям с общественностью, специалиста в области</p>	<p>Цель дисциплины «Правовое регулирование коммуникации» - развитие правовой культуры и формирование социальной ответственности обучающихся путем повышения уровня правовой грамотности.</p> <p>Задачи дисциплины: - определение роли СМИ, рекламы, института PR в системе демократического социального правового</p>	110	52		экзамен

		рекламной деятельности и других субъектов информационной деятельности, другие нормативные установления, непосредственно связанные с реалиями специальности 1-23 01 07 «Информация и коммуникация».	государства; - обучение нормам правового института «информационное право», практики применения законодательства о СМИ и рекламе; - обучение навыкам работы с текстами правовых документов, нормами права; - обучение навыкам применения правовых знаний в конфликтных ситуациях.				
Дополнительные виды обучения	Физическая культура	Физическое воспитание проводится на протяжении всего учебного процесса и осуществляется в следующих формах: - учебные занятия; - физические упражнения в режиме учебного дня и производственной деятельности; - самостоятельные занятия физическими упражнениями, спортом и туризмом в свободное от учебы время; - занятия в спортивных клубах и группах по интересам; - массовые	Целью учебной дисциплины «Физическая культура» в вузе является формирование социально-личностных компетенций студентов, обеспечивающих целевое использование соответствующих средств физической культуры и спорта для сохранения, укрепления здоровья и подготовки к профессиональной деятельности. Главными	280	280		Зачёт (1, 2, 3, 4 семестр)

		<p>оздоровительные и физкультурные спортивные мероприятия, проводимые в свободное от учебы время; - пешеходные прогулки и туризм выходного дня. Использование разнообразных форм физического воспитания создает условия для выполнения студентами научно-обоснованного недельного объема двигательной активности (10-14 часов в неделю), необходимого для нормального функционирования организма, формирования мотивационно-ценностного отношения к физической культуре</p>	<p>результатами освоения дисциплины являются следующие: понимание роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности; знание научно-практических основ физической культуры и здорового образа жизни; формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое самосовершенствование и самовоспитание, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических</p>				
--	--	---	--	--	--	--	--

			способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре.				
Белорусский язык (профессиональная лексика)	Вучэбная дысцыпліна забяспечвае маўленчую падрыхтоўку будучых спецыялістаў. Прапанаваны тэматычны матэрыял дазваляе рэалізаваць міжпрадметныя сувязі з іншымі дысцыплінамі сацыяльна-гуманітарнага профілю, іх раздзеламі: сучаснай беларускай літаратурнай мовай, лексікалогіяй, функцыянальнай стылістыкай, культурай маўлення, рыторыкай, гісторыяй. Падрыхтоўка вусных паведамленняў і інсьмовых рэфератаў прадугледжвае знаёмства з навукай, навукова-папулярнай і хрэстаматыйнай літаратурай у межах мовазнаўчых, літаратуразнаўчых, гістарычных, сацыялагічных і іншых дысцыплін. Гэта не толькі пашырыць веды	Мэта дысцыпліны - пазнаёміць студэнтаў з навукова-тэрміналагічным апаратам спецыяльнай лексікі і сфарміраваць неабходныя кампетэнцыі для граматычнага карыстання вуснай і інсьмовай формамі беларускай мовы ў прафесійнай сферы. Задачы дысцыпліны: - даць студэнтам неабходную сістэму ведаў па сучаснай беларускай літаратурнай мове з арыентацыяй на яе прымяненне ў прафесійнай дзейнасці; - пашыраць і ўзбагачаць беларускамоўны тэрміналагічны запас будучых спецыялістаў; - навучыць прадукцыраваць тэксты розных жанраў у межах навуковага і афіцыйна-справавога	54 часа	34 часа		зачет	

		студэнтаў, але і ў цэлым актывізуе іх маўленчую дзейнасць.	стылей; - развіваць моўна- эстэтычны густ студэнтаў праз засваенне імі асноўных паняццяў культуры маўлення.				
	Безопасность жизнедеятельности человека	Безопасность жизнедеятельности человека	Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности человека» наряду с прикладной направленностью ориентирована на повышение гуманистической составляющей при подготовке специалистов и базируется на знаниях, полученных при изучении социально- экономических, естественнонаучных и общеобразовательных дисциплин. Данная программа предусматривает: теоретические и практические вопросы оказания первой медицинской помощи; основы медицинской грамотности при некоторых заболеваниях, требующих неотложной помощи; правила действия в	Основные цели изучения дисциплины: формирование безопасного мышления и поведения, общей грамотности в области безопасности, как основы обеспечения защиты личности, общества и государства в целом. Результатом всего обучения должно стать приобретение навыков и умений по профилактическо му обучению и воспитанию, организации работы по профилактике заболеваний и травматизма.	102 часа	68 часов	

			чрезвычайных ситуациях.				
Компонент учреждения образования							
1. Социально-гуманитарный модуль 2	Социология	Учебная дисциплина «Социология» относится к дисциплинам вариативной части (компонент учреждения высшего образования). Дисциплина имеет непосредственную тематическую связь с учебными дисциплинами цикла социально-гуманитарных дисциплин, например, с учебной дисциплиной «Философия», «Современная политэкономика», «История белорусской государственности», «Культурология», «Социальная психология», «Политология» и др.	Цели учебной дисциплины «Социология»: <ul style="list-style-type: none"> - приобретение обучающимися систематизированных знаний социологии как науке; - формирование у обучающихся умений и навыков социологического анализа происходящих в обществе процессов; - формирование у обучающихся установки на практическое использование знаний в профессиональной деятельности и других сферах социальной активности. 	72 часа	36 часов	2 з.е.	диф. зачет
	Политология	Политология занимает одно из главных мест в социально-гуманитарной подготовке современных обучающихся. Она вносит существенный вклад в формирование	Целью изучения учебной дисциплины «Политология» является формирование у обучающихся знаний о политике, политической системе и политических	72 часа	36 часов	2 з.е.	диф. зачет

		<p>политического сознания личности и общества, в усвоение системных знаний о природе политических явлений и процессов, создавая основу для формирования устойчивого мировоззрения, гражданской и патриотической позиции, позволяет развивать навыки политического участия и компетентного реагирования на политические события, умение ориентироваться в сложных политических ситуациях и проблемах.</p>	<p>процессах, нормах конструктивной политической гражданской культуры и общественно значимых белорусского государства. ценностях идеологии белорусского государства. Ключевым результатом дисциплины является формирование устойчивого мировоззрения, гражданской и патриотической позиции будущего сотрудникам СМИ.</p>				
	Культурология	<p>Культурологическое знание занимает центральное место в гуманитарной подготовке студентов. Формирование мировоззрения молодого человека предполагает не только его социализацию в рамках четко установленных норм и правил, но и выработку ориентиров для самоопределения.</p>	<p>Целью учебной дисциплины «культурология» является изучение общества и человека, взятых в их "культурном" бытии, их отношениях по поводу культуры, её возникновения, развития и изменения в будущем.</p> <p>Задачи курса культурологии:</p>	72	36	2	диф. зачет

		<p>Теоретическая и историческая компоненты культурологического знания призваны способствовать формированию целостного и обоснованного мировосприятия будущих специалистов. Культурология занимает важнейшее место в идеологической работе, поскольку воспитывает культуру личности и межличностных отношений в условиях многообразия интересов и культурного плюрализма, дает представление о соотношении национального и общечеловеческого в культуре, об основах межкультурной коммуникации.</p>	<p>- выявление базисных структур, которые формируют культурный феномен, обеспечивают сохранение и передачу социального опыта;</p> <p>- исследование ключевых моделей культурологического знания;</p> <p>- изучение факторов, которые обеспечивают динамику культурно-исторических образований;</p> <p>- исследование основных этапов и форм исторического развития культуры.</p>				
	Историко-культурное наследие Беларуси	<p>Дисциплина призвана углубить представление студентов о самобытном историко-культурном наследии Беларуси, формировать</p>	<p>Цель дисциплины состоит в формировании системных знаний об охране и использовании историко-культурного</p>	72 часа	36 часов	2 з.е.	диф. зачёт

		чувство гордости и уважения к наследию белорусского народа, стимулировать студентов к использованию полученных знаний в профессиональной деятельности.	и природного наследия Беларуси, в формировании навыка анализа процессов, происходящих в культурной сфере, исторических процессов, и применения полученных знаний для реализации практических задач.				
2. Основы коммуникативистики	Коммуникационный практикум	<p>Курс «Коммуникационный практикум» является основополагающим в системе профессиональной ориентации будущего специалиста по информации и коммуникации. Предметом данного курса является сфера, виды и задачи профессиональной деятельности специалиста по информации и коммуникации, основные направления его профессиональной подготовки.</p> <p>Для изучения дисциплины студенты должны владеть базовыми знаниями в области риторики и</p>	<p>Цель курса – сформировать у студентов системное представление о содержании и условиях их будущей профессиональной деятельности, познакомить с основными требованиями к специалистам данного профиля, с основами организации аудиторного умственного труда, методами выявления и развития своих способностей, а также сформировать тезаурус основных понятий и терминов по информации и коммуникации. Курс направлен как на теоретическое</p>	110	52	3	экзамен

		<p>стилистики, обществоведения, истории, естествознания. Дисциплина продолжается и расширяется в рамках курса «Основы информационно-коммуникационной деятельности».</p>	<p>осмысление специфики данной профессии, так и на практическое знакомство с ее особенностями. Дисциплина основывается на знании студентами современного русского и белорусского языков, на их владении информационными технологиями, на освоении в учреждении среднего образования социальных и гуманитарных дисциплин.</p>				
	<p>Научные исследования коммуникации</p>	<p>Дисциплина «Научные исследования коммуникации» является дисциплиной, подготавливающей студента целенаправленной учебно-исследовательской деятельности. Студенты уже знакомы с учебным планом специальности, изучили несколько специальных</p>	<p>Цель данного курса – сформировать основные знания и умения учебно-исследовательской деятельности студента в области массовых коммуникаций, вооружить основными методами исследовательской работы. В ходе освоения курса обеспечивается ознакомление со спецификой научного</p>	72	34	2	зачет

		<p>дисциплин, имеют навыки информационного поиска и самостоятельной работы с научным текстом. Параллельно с курсом студенты работают над первой курсовой работой, что обеспечивает повышенную мотивацию и эффективность исследовательской деятельности. Продолжается изучение других специальных дисциплин и дисциплин социально-гуманитарного цикла.</p>	<p>познания и положением науки в современном мире; формирование знания основных понятий исследовательской деятельности (объект и предмет исследования, вопрос и проблема в структуре исследования, средство и метод исследования, гипотеза и др.); ознакомление с методами и приемами исследовательского труда в области массовой коммуникации.</p>				
	Медиаэтика	<p>Вучэбная дысцыпліна з'яўляецца неабходнай часткай прафесійнай падрыхтоўкі будучых спецыялістаў і разлічана на студэнтаў, якія набываюць кваліфікацыю журналіста. Асноўная увага ў змесце курса адводзіцца вызначэнню спецыфікі публіцыстычнага тэксту, яго арганізацыі з гледжання рытарычных асноў</p>	<p>Мэта дысцыпліны – авалоданне майстэрствам пераканання, накіраванага на пошук ісціны, і удасканаленне ўменняў наладжваць камунікатыўны кантакт з аўдыторыяй падчас выступлення.</p> <p>Вынікі асваення дысцыпліны: засваенне навыкаў вербальна-</p>	110	48	3	экзамен

		<p>журналістыкі як практичнай сферы, спецыфічнай араторыі, зафіксаванай у друкаванай і электроннай вербалістыцы. Рытарычныя прынцыпы і метадалогія стварэння медыяматэрыялаў раскрываюцца на прыкладзе вербальных сітуацый сучаснасці.</p>	<p>рытарычнай дзейнасці журналіста ў ніфармацыйным грамадстве; удасканаленне ўменняў арганізацыі прамоўніцкага тэксту; вывучэнне асаблівасцей структуры, кампазіцыі і зместу прамовы; азнаямленне з тыпалогіяй рытарычных ідэалаў антычнасці і сучаснасці; сінтэзаваанне гістарычных ведаў у прапамленні сучасных тэорый рыторыкі; авалоданне рытарычнымі стратэгіямі і тактыкамі, метадамі мэтанакіраванай падачы матэрыялу; аналіз класічных 4 твораў прамоўніцкага майстэрства; абагульненне вопыту сучасных майстроў публічнага выступлення; выяўленне крытэрыяў адбору маўленчых сродкаў у прамове ў адпаведнасці з камунікатыўнай задачнасцю;</p>				
--	--	---	---	--	--	--	--

			азнаямленне з методыкай дыскурснага аналізу паводле ўстанаўлення сувязі паміж вербальнай камунікатыунай падзей і сацыяльным кантэкстам жыццёвага уладкавання носьбіта мовы (прамоуцы).				
	Искусство презентации	Дисциплина «Искусство презентации» является значимой в процессе подготовки будущих специалистов по информации и коммуникации и способствует формированию у слушателей знаний об основных видах презентаций, их структуре и содержании, а также средствах создания презентаций. В процессе изучения курса студенты приобретают навыки создания презентаций в специализированных компьютерных программах.	Цель учебной дисциплины - сформировать у студентов современное, систематизированное и целостное представление о планировании, подготовке и проведении деловой презентации. В ходе освоения дисциплины студенты получают основные представления о планировании и проведении деловых презентаций; рассматривают структуру презентации и правила работы над содержанием презентации; формируют навыки подготовки	72	36	3	зачет

			визуального сопровождения презентации.				
3. Менеджмент и маркетинг коммуникации	Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности	Освоение данной дисциплины даст студентам возможность оптимальным образом воспринимать новый материал на базе ранее фундаментально изученных теоретических основ экономических и коммуникационных дисциплин («Современная политэкономия», «Теория коммуникации», «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Современные технологии коммуникации» и др.). Студенты гармонично подходят как к постижению профессиональной специфики конкретной отрасли, в которой им предстоит работать, так и к пониманию организационных, финансовых и управленческих основ коммуникационного	Цель дисциплины «Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности» – освоение студентами теории и практики эффективной экономики и менеджмента предприятий сферы массовой коммуникации, подготовка специалистов для работы в области рекламного, маркетингового, брендингового, выставочного, PR-менеджмента в составе рекламных отделов масс-медиа, информационных, рекламно-информационных, маркетинговых, брендинговых, социологических и PR-агентств, выставочных компаний, сбытовых подразделений предприятий различных форм	180	70	6	4 семестр зачет 5 семестр экзамен

		бизнеса.	собственности.				
	Информационный менеджмент в веб-среде	<p>Актуальность изучения учебной дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде» обусловлена тем фактом, что вызвавшее серьезные трансформации во всех сферах современного общества развитие информационных и коммуникационных технологий не только кардинально изменило структуру, способы функционирования СМК и каналы распространения информации, но и привело к значительным трансформациям в самой профессии специалиста, работающего с информацией. Интернет снабдил современного специалиста в области информации и коммуникации не только принципиально новыми инструментами для</p>	<p>Цель учебной дисциплины – ориентация будущих специалистов в оценке традиций и современных тенденций в теории и практике информационного дизайна, освещение возможностей современных мультимедийных технологий в организации коммуникационных процессов.</p> <p>Очевидно, что для огромного количества профессионалов сегодня значительно усиливается необходимость наличия как можно более полных и актуальных знаний в таких смежных областях как маркетинг, веб-дизайн. А необходимым условием успешной деятельности современного специалиста в области</p>	116	58	3	зачет

		интерактивного общения с аудиторией, но и более эффективными средствами для профессионального развития и самореализации, следовательно, сегодня умение использовать информационные технологии становится важнейшим качеством.	информации и коммуникации является опыт работы в Интернете в различных направлениях, высокий уровень владения компьютером и новейшими информационными технологиями, постоянный поиск новых программ и ресурсов для улучшения организации работы.				
	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	Учебная дисциплина играет важнейшую роль в профессиональной подготовке будущих специалистов по информации и коммуникации и основывается на учебных дисциплинах «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Деловая коммуникация», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности», «Этика	Цель учебной дисциплины - формирование навыков оценки результатов и результативности коммуникационной деятельности специалистов по информации и коммуникации для обеспечения эффективности решения задач профессиональной деятельности.	100	52	3	экзамен

		коммуникационной деятельности», служит базой для проведения оценки эффективности коммуникации.					
	Основы управления интеллектуальной собственностью	Учебная дисциплина «Основы управления интеллектуальной собственностью» в подготовке специалиста обеспечивает возможность применения технико-экономических и правовых знаний в организационно-управленческой, плано-экономической, информационно-аналитической, производственно-хозяйственной, научно-исследовательской и аналитической деятельности организаций различных отраслей национальной экономики, их структурных подразделений.	Цель преподавания дисциплины – формирование у студентов знаний и умений в сфере управления интеллектуальной собственностью. Задачи дисциплины состоят в изучении студентами общих вопросов оформления, регистрации и реализации прав на результаты интеллектуальной деятельности, а также в привитии навыков проведения патентно-информационного поиска, в том числе с использованием Интернет.	90	36		зачет
4. Коммуникация организации во внутренней и внешней среде	Внутриорганизационная коммуникация	Учебная дисциплина «Внутриорганизационная коммуникация» является дисциплиной, формирующей	Цель дисциплины – сформировать у студентов системное представление о	116	52	4	зачет

		<p>профессиональные знания и умения, необходимые для эффективной организации коммуникативной и познавательной составляющих трудовой деятельности будущего специалиста по информации и коммуникации.</p>	<p>базовых понятиях функционирования управления в организации, приобретения студентами компетенций и практических навыков и умений решения задач управления и внутриорганизационных коммуникаций в условиях постиндустриального развития общества; дать представление о конституирующей роли коммуникативных и информационных процессов в современных организациях; показать возможности управления организацией через управление коммуникациями.</p>				
	<p>Современная пресс-служба</p>	<p>Пресс-служба в каждой конкретной организации имеет свое назначение и функции. Ее сотрудники проводят работу со средствами массовой информации, обеспечивают управление</p>	<p>Цель дисциплины – сформировать устойчивое представление о современной пресс-службе как об эффективном инструменте достижения целей субъекта PR-деятельности.</p>	<p>90</p>	<p>34</p>	<p>3</p>	<p>зачет</p>

		<p>информационными потоками на основе целей организации, мониторинга существующей ситуации. Важно сформировать у будущих специалистов по информации и коммуникации представление о работе пресс-службы, о ее структуре и функциях, методах работы со СМИ, общественностью и политическими организациями для более эффективного достижения поставленных целей.</p>	<p>В результате освоения дисциплины студенты знакомятся с историей и особенностями возникновения пресс-служб; формируют представление об организации современной пресс-службы, ее структуре и принципах функционирования, роли и обязанностях пресс-секретаря организации; формируют представление об основных документах, обеспечивающие работу пресс-службы; знакомятся с особенностями пресс-служб государственных и коммерческих структур; формируют представление о подходах к анализу и обработке значимых объемов информации (мониторинг СМИ); совершенствуют навыки подготовки информационных материалов для СМИ, знакомятся с основами проведения мероприятий с участием</p>				
--	--	---	---	--	--	--	--

			журналистов, с ключевыми приемами и техниками создания единого информационного пространства организации («медийного образа»).				
	Корпоративные медиа	Программа дисциплины учитывает принцип профессиональной направленности, ориентирована на приобретение студентами умений и навыков, необходимых для налаживания эффективной коммуникационной и познавательной деятельности специалиста в сфере массовых коммуникаций. Дисциплина носит прикладной характер и акцентирует внимание студентов на основах производственно-практической деятельности по созданию корпоративных печатных и сетевых медиа.	Цель дисциплины «Корпоративные медиа» – комплексное изучение специфики корпоративных медиа и их места в системе современных средств массовой коммуникации, формирование у студентов практических навыков создания корпоративных медиапроектов и управления ими с применением мультимедийных технологий. В результате освоения дисциплины студенты формируют устойчивое представление о социально-исторической динамике и статусе корпоративных медиа; формируют навыки разработки концепций	110	52	3	зачет

			и менеджмента корпоративных медиа, а также оценки их эффективности; осваивают применение мультимедийных технологий в организации процесса создания корпоративных медиа.				
5. Культура и коммуникация	История искусств	Актуальность дисциплины «История искусств» обусловлена необходимостью формирования у будущих журналистов представление об искусстве как о неотъемлемой части современной цивилизации, активно влияющей на межкультурную коммуникацию, социально-политические решения и на развитие человечества в целом. Курс является необходимой частью профессионального обучения студентов, призван содействовать повышению уровня профессиональной культуры будущих специалистов. В процессе изучения	Цель дисциплины «История искусств» – изучение основных этапов развития истории мирового искусства. В процессе освоения дисциплины особое внимание уделяется изучению творчества наиболее выдающихся представителей различных этапов развития мирового искусства. На примере их шедевров дисциплина призвана развить эмоционально-образное мышление студентов, способствовать формированию их как гармонически развитых, эстетически образованных личностей, способных к креативному	126	72	3	зачет

		курса «История искусств» студенты используют знания, полученные при изучении дисциплин «Литературно-критическая деятельность», «История русской литературы», «История зарубежной литературы» и др.	мышлению в социально-преобразовательной и профессиональной деятельности.				
	Художественный текст в медиакультуре	В процессе освоения дисциплины особое внимание уделяется изучению основных категорий теории литературы, формированию представлений о взаимосвязи художественной словесности и медиатекста и их взаимовлиянии, а также о современных литературных формах и жанрах. Рассмотрение литературного текста осуществляется в спектре интермедийных связей (кинематограф, фотография, театр, СМИ, реклама) как с точки зрения теории (взаимодействие теорий различных	Цель дисциплины «Художественный текст в медиакультуре» – изучение современного литературного процесса в парадигме медиакультуры. В результате освоения дисциплины студенты знакомятся с понятийным аппаратом в области теории текста, теории литературы и медиакультуры, формируют представление о видах и жанрах современной художественной словесности; отрабатывают навык применения теоретических основ	72	34	2	зачет

		<p>искусств, их взаимообмен и взаимобогащение), так и с точки зрения сопоставительного анализа материала (взаимопроникновение различных медиумов и адаптация свойств других искусств). Дисциплина разработана в рамках компетентностного подхода, имеет практико- ориентированный характер, призвана способствовать формированию у будущих специалистов по информации и коммуникации профессиональных умений и навыков, а также формированию их как гармонически развитых, эстетически образованных личностей, способных к креативному мышлению в социально- преобразовательной и профессиональной деятельности.</p>	<p>на историко- литературном материале; знакомятся с примерами экспансии средств массовой коммуникации в художественную словесность; осмысливают характерные черты фанфикшн, интерактивной литературы, трансмедийного сторителлинга; изучают особенности современной литературной критики; выявляют специфику литературного проекта в кроссплатформенной среде; осмысливают роль маркетинговых коммуникаций и персонального брендинга писателя в продвижении книжного продукта; учатся анализировать художественные тексты, произведения медиакультуры, создавать собственные тексты, используя</p>				
--	--	--	---	--	--	--	--

			понятийно- категориальный аппарат дисциплины.				
6. Профессионально- творческие студии	Выпуск учебного проекта	При проведении занятий студенты творчески реализуют полученные знания для подготовки материалов, формирования номеров корпоративного издания, его верстки, иллюстрирования; предлагают свои варианты формирования структуры номеров, их дизайна, качества заголовков и рубрик, форм подачи материалов.	Преподавание учебной дисциплины «Выпуск учебного проекта» ставит своей целью познакомить студентов с особенностями создания корпоративного печатного издания, сформировать навыки творческой работы при подготовке печатного проекта; сформировать навыки работы в коллективе. В результате изучения дисциплины студенты осваивают на практике процесс создания, редактирования, верстки и корректуры; осваивают основные формы, приемы и методы подготовки корпоративного печатного издания; учатся самостоятельно мыслить и действовать, решая индивидуальные и коллективные задачи	220	104	6	зачет

			редакции корпоративного печатного издания в рамках производственного цикла.				
	Организация работы в коммуникационном агентстве	Учебная дисциплина «Организация работы в коммуникационном агентстве» играет важную роль в профессиональной подготовке будущих специалистов по информации и коммуникации и основывается на учебных дисциплинах «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Деловая коммуникация», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности».	Цель учебной дисциплины – формирование у студентов практических навыков в сфере организации работы коммуникационного агентства как отдельной бизнес-единицы, предоставляющей от своего имени услуги в области коммуникационного менеджмента и консалтинга, PR-услуги и другие услуги в сфере управления корпоративными коммуникациями.	110	52	3	экзамен
	Организация PR-мероприятий	Курс «Организация PR-мероприятий» является одним из основных в системе профессиональной ориентации будущего специалиста по информации и коммуникации.	Цель курса – формирование у студентов системного представления о содержании PR-мероприятий, их организации и проведении, освоение принципов и методов	96	36	3	экзамен

		<p>Предметом данного курса являются виды и формы мероприятий, организуемых в системе связей с общественностью, способы их организации, особенности проведения и методики оценки эффективности.</p>	<p>публичных отношений в различных социокультурных условиях, ориентированных на различные целевые аудитории, выведение на практический уровень теоретических знаний по данному предмету. Курс направлен как на теоретическое осмысление специфики PR-мероприятий, так и на практическое знакомство с особенностями их планирования и реализации.</p>				
7. PR-коммуникации	Создание и редактирование PR-текстов	<p>Дисциплина основывается на знании студентами основ информационно-коммуникационной деятельности, современного русского и белорусского языков. Для изучения дисциплины студенты должны владеть базовыми знаниями в области риторики и стилистики. К необходимым знаниям относится также представление обучающихся о</p>	<p>Цель изучения учебной дисциплины "Создание и редактирование PR-текстов" – ознакомить студентов с PR-текстом как особым видом текстов, содержащих публичный капитал, сформировать представление о жанровых особенностях PR-текстов и сформировать навыки создания и редактирования PR-</p>	96	36	3	зачет

		<p>методах и способах создания журналистского текста, о методах работы журналиста, работе редакции печатного издания и издания другого типа (телевизионного канала, радио, интернет-издания и т.п.).</p>	<p>текстов различных жанров и жанровых разновидностей.</p> <p>В результате изучения дисциплины студенты формируют представление о PR-тексте как тексте особого типа; знакомятся с основными понятиями, классификацией и жанровой типологией PR-текстов; осмысливают соотношение PR-текстов и текстов смежных коммуникационных сфер (журналистики и рекламы); знакомятся с корпусом PR-текстов в совокупности их жанровых групп и отдельных элементов жанровой системы.</p>				
	<p>Government Relation и Public Affairs</p>	<p>Актуальность изучения дисциплины "Government Relations и Public Affairs" обусловлена тем, что коммуникации в государственно-частном партнерстве становятся стратегическим</p>	<p>Целью дисциплины "Government Relations и Public Affairs" является ознакомление студентов с современными технологиями коммуникационной деятельности</p>	96	36	3	зачет

		<p>направлением работы организации, обеспечивающим ей продуктивное взаимодействие с властными структурами. В условиях необходимости эффективного продвижения образа Республики Беларусь на международной арене, изучение дисциплины является необходимым этапом подготовки специалистов в сфере информации и коммуникации.</p> <p>Дисциплина "Government Relations и Public Affairs" основывается на дисциплинах "Основы информационно-коммуникационной деятельности", "Теория и практика связей с общественностью", "Политическая коммуникация".</p>	<p>применительно к государству в лице различных государственных органов и их должностных лиц.</p>				
	Имиджелогия	<p>Дисциплина «Имиджелогия» занимает важное место в системе подготовки специалиста по</p>	<p>Целью изучения дисциплины «Имиджелогия» является формирование у студентов целостного</p>	90	34	3	зачет

		<p>информации и коммуникации; теория имиджа рассматривается как одно из междисциплинарных научных направлений в системе современного гуманитарного знания и как одна из основ профессиональной практической деятельности.</p> <p>Позитивный имидж является необходимой составной частью нематериальных активов предприятий и организаций. Признано влияние корпоративного имиджа на реализацию интересов предприятия и организации среди целевых аудиторий.</p> <p>Персональный деловой имидж на современном рынке труда с его высокой конкуренцией становится важным фактором успешной карьеры специалиста - наряду с образованием и профессиональным опытом.</p>	<p>представления о назначении, формах, методах, технологиях имиджелогии.</p> <p>В процессе изучения курса студенты познакомятся с историей появления и развития понятия «имидж», его современными трактовками, формами реализации. Данный курс даст представление об инструментариимиджелогии и его эффективном использовании.</p> <p>Студенты будут ознакомлены с технологиями изучения и формирования имиджа власти и политиков, имиджа бизнеса, имиджа организации, имиджа территории, а также с основными проблемами создания персонального имиджа.</p>				
--	--	--	---	--	--	--	--

<p>8. Рекламные коммуникации</p>	<p>Создание и редактирование рекламного текста</p>	<p>Приступая к изучению дисциплины, студент должен обладать знаниями по основным общегуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, математическим и естественнонаучным учебным курсам с целью решения профессиональных, компетентностных задач, ведения дальнейшей научно-исследовательской работы. Также студент должен владеть знаниями по общепрофессиональным дисциплинам и обладать соответствующими практическими навыками, предусмотренными государственным образовательным стандартом по специальности «Информация и коммуникация».</p>	<p>Основной целью данного курса является формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения (дизайн, режиссура производства и т.д.).</p> <p>В результате изучения курса студенты знакомятся с ролью и функциями дизайнеров, креаторов, копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций; формируют представление об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта</p>	<p>96</p>	<p>36</p>	<p>3</p>	<p>зачет</p>
---	--	---	--	-----------	-----------	----------	--------------

			<p>в целом и его наиболее важных составных частях и видах; формируют базовые навыки разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных сообщений; знакомятся с инвентарем средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, с принципами и методами художественного оформления рекламного продукта, приемами художественного дизайна и редактирования; осваивают основные подходы к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации.</p>				
	Региональный и	Программа дисциплины	Мета дисциплины –	96	36	3	зачет

	<p>городской брендинг</p>	<p>складзена ў адпаведнасці з адукацыйным стандартам і кваліфікацыйнымі патрабаваннямі да спецыяліста па інфармацыі і камунікацыі, а таксама ў адпаведнасці з вучэбным планам спецыяльнасці “Інфармацыя і камунікацыя”. Дысцыпліна “Рэгіянальны і гарадскі брэндывг” мае тэарэтычна-практычную накіраванасць, прадугледжвае забеспячэнне тэарэтычнай падрыхтоўкі спецыялістаў па сувязях з грамадскасцю, а таксама зварот да практыкі брэндывгу ў сучасных сацыяльных і культурных рэаліях.</p>	<p>фарміраванне ў студэнтаў сістэмнага ўяўлення пра прыроду, функцыі, тэхналогіі эфектыўнага рэгіянальнага і гарадскога брэндывгу, яго ролю ў сучасным грамадстве.</p> <p>Задачы дысцыпліны: - азнаямленне з сучаснымі тэарэтычнымі палажэннямі і практычнымі формамі і метадамі тэрытарыяльнага брэндывгу, засваенне адпаведнага паняццйна-катэгарыяльнага апарату; - абагульненне айчыннага і сусветнага вопыту брэндывгу гарадоў і рэгіёнаў, вызначэнне ролі і значэння брэнду ў працэсе тэрытарыяльнага развіцця; - вызначэнне сутнасці паняцця “брэндывг тэрыторыі”, характарыстыка асноўных прыкметаў і метадаў брэндывгу</p>				
--	---------------------------	---	---	--	--	--	--

			<p>горада/рэгіёну, тыпалагічны аналіз брэндаў тэрыторый;</p> <p>- фарміраванне уяўлення пра ўзаемнаабумоўленасць найважнейшых фактараў, якія вызначаюць асаблівасці фарміравання брэнду рэгіёну/горада, вывучэнне алгарытму падрыхтоўкі і правядзення кампаніі па фарміраванні гарадскога/рэгіянальнага брэнду, засваенне спецыфікі этапаў распрацоўкі брэнду;</p> <p>- выпрацоўка прафесійных уменняў распрацоўкі канцэпцыі брэнду, аналізу тэхналогій распрацоўкі і развіцця ідэі брэнду ў сферы некамерцыйнай дзейнасці, развіццё навыкаў аналізу эфектыўнасці праекта.</p>				
	Соціальная реклама	Учебная дысцыпліна "Соціальная реклама" улічвае патрэбнасць спецыялістаў,	Целью дысцыпліны яўляецца асвоенне тэарэтычнай базы і прыабретение практычных знанняў,	72	34	6	зачет

		<p>способных выразительно представить идею, ценностную установку, модель поведения о социально-важной проблеме, ориентировать целевую аудиторию на положительные поступки. Курс «Социальная реклама» реализуется на 4 курсе. Дисциплина является структурно-логической моделью процесса формирования профессионально значимых компетенций специалистов в сфере рекламы и рекламной деятельности.</p>	<p>умений и навыков в области разработки и продвижения продукта социальной рекламы. Достижение этой цели открывает перед студентами возможность приобрести квалификацию, позволяющую успешно работать в области маркетинговых коммуникаций, организации и управления предпринимательской деятельностью в условиях конкурентной среды и неопределенности поведения субъектов рынка.</p>				
<p>9. Теоретико-методологические основы коммуникации</p>	<p>Теория коммуникации</p>	<p>Учебная дисциплина «Теория коммуникации» является основной в подготовке будущих специалистов по информации и коммуникации, так как формирует коммуникативный подход к разнообразным объектам реальности, с</p>	<p>Цель учебной дисциплины - комплексное освоение студентами основных теоретических представлений о коммуникации как способе социального взаимодействия между людьми, взятого в своем</p>	<p>240</p>	<p>140</p>	<p>6</p>	<p>экзамен</p>

		<p>которыми предстоит работать выпускникам. Учебная дисциплина «Теория коммуникации» основывается на учебных дисциплинах «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Деловая коммуникация», «Маркетинговые коммуникации», «Внутриорганизационная коммуникация» и служит базой для восприятия и усвоения учебных дисциплин «Социология коммуникации», «Психология коммуникации», «Политическая коммуникация», «Методы исследования коммуникации».</p>	<p>знаковом аспекте, а также формирование понимания происходящих в обществе информационно-коммуникационных процессов с точки зрения их социокультурного значения.</p>				
	<p>Методология коммуникации</p>	<p>Освоение данной дисциплины дает студентам возможность оптимальным образом воспринимать новый материал на базе ранее фундаментально изученных теоретических основ экономических и</p>	<p>Цель учебной дисциплины - формирование навыков оценки результатов и результативности коммуникационной деятельности специалистов по информации и коммуникации для</p>	<p>110</p>	<p>52</p>	<p>3</p>	<p>экзамен</p>

		<p>коммуникационных дисциплин («Современная политэкономия», «Теория коммуникации», «Основы информационно-коммуникационной деятельности», «Современные технологии коммуникации» и др.). Студенты гармонично подходят как к постижению профессиональной специфики конкретной отрасли, в которой им предстоит работать, так и к пониманию организационных, финансовых и управленческих основ коммуникации организации с внутренней и внешней средой.</p>	<p>обеспечения эффективности решения задач профессиональной деятельности. В результате освоения учебной дисциплины студенты могут расширить представление о специфике организации эффективной коммуникации в цифровом обществе; систематизировать и углубить знания о методах исследования эффективности рекламной и PR-коммуникации; научиться разрабатывать план действий по оценке эффективности коммуникационной деятельности; познакомиться с основными методами качественных и количественных исследований в области рекламной коммуникации; сформировать навыки применения методов оценки эффективности</p>				
--	--	---	--	--	--	--	--

			рекламной и PR-коммуникации.				
10. Коммуникации в кризисных ситуациях	Антикризисная коммуникация	Актуальность изучения дисциплины «Антикризисная коммуникация» обусловлена тем, что в условиях современного нам информационного общества коммуникация становится стратегическим ресурсом любой организации, позволяя не просто выстраивать взаимодействие с целевыми группами, но и решать конкретные оперативные задачи, связанные с профилактикой и преодолением негативных последствий в связи с возникающими кризисными ситуациями.	Цель учебной дисциплины состоит в формировании у студентов целостного представления о выстраивании эффективного коммуникативного взаимодействия организации с различными целевыми группами в кризисных и конфликтных ситуациях с целью сохранения корпоративной репутации организации и ее дальнейшего успешного функционирования.	96	36	3	зачет
	Психология коммуникации	Учебная дисциплина «Психология коммуникации» преподается в рамках цикла общепрофессиональных и специальных дисциплин. Предметом	Цель курса – раскрыть возможности применения психологических знаний к вопросам анализа, организации и обучения эффективным	90	34	3	экзамен

		<p>психологии коммуникаций являются социально-психологические факторы, определяющие особенности реализации межличностной, внутригрупповой и массовой коммуникации субъектов в различных социальных системах.</p>	<p>приемам и способам коммуникативного взаимодействия в различных социальных средах. В результате освоения дисциплины студенты получают системное знание о современном состоянии научных и прикладных исследований коммуникации в психологических науках; формируют представление о детерминантах и механизмах воздействия на личность и группу в различных видах коммуникации; рассматривают особенности реализации коммуникации в различных социальных средах; развивают общий уровень коммуникативной компетентности; формируют базовые навыки работы в качестве ведущего и разработчика сценариев социально-психологических тренингов.</p>				
--	--	--	--	--	--	--	--

<p>11. Коммуникация в общественно-политических процессах</p>	<p>Деловая коммуникация</p>	<p>Учебная дисциплина "Деловая коммуникация" относится к базовой части профессионального цикла в учебном плане специальности "Информация и коммуникация". Для успешного освоения содержания курса необходимы знания в области социологии и философии, психологии и теории управления.</p>	<p>Цель учебной дисциплины – изучить особенности общения в условиях делового взаимодействия, освоить комплекс навыков и умений для реализации общения в деловой среде.</p> <p>Курс нацелен на формирование у студентов представлений об особенностях о сферах, формах и средствах делового общения, особенностях делового взаимодействия; изучение вербальных и невербальных средств общения в формате делового взаимодействия; формирование представления о специализированном рынке труда и участии в профессиональных сообществах; овладение методами генерации идей, решения конфликтных ситуаций и стимулирования</p>	<p>110</p>	<p>52</p>	<p>3</p>	<p>экзамен</p>
--	-----------------------------	---	--	------------	-----------	----------	----------------

			продуктивного общения в ситуации делового взаимодействия.				
	Политическая коммуникация	Основными методами и технологиями, применяемыми в ходе изучения дисциплины «Политическая коммуникация», являются инновационные технологии и активные методы обучения: проблемные лекции, лекции-презентации, методы разыгрывания ролей, обсуждение в малых группах, дебаты. Содержательная часть учебной программы в значительной мере рассчитана на лекционную работу. На практических занятиях студенты под руководством преподавателя изучают некоторые формы и технологии политической коммуникации.	Цель дисциплины «Политическая коммуникация» – сориентировать будущих специалистов в оценке происходящих изменений в теории и практике политической коммуникации через раскрытие возможностей современных информационных и коммуникативных технологий в организации коммуникационных процессов, систематизацию и расширение знаний студентов по вопросам политической коммуникации, а также комплексное исследование роли политической коммуникации в процессе формирования социальных связей.	110	52	3	экзамен
	Лингвистическая экспертиза	Изучение дисциплины «Лингвистическая	Цель изучения учебной дисциплины -	96	36	3	экзамен

	рекламного и PR-продукта	<p>экспертиза рекламного и PR-продукта» позволяет студентам получить первичные компетенции в области экспертного, квалифицированного, доказательного и объяснительного анализа текстов в контексте информационной безопасности современного общества и информационной медиакультуры как важной части профессиональной творческой деятельности специалистов в области рекламы и связей с общественностью. Студенты овладеют способностью выдвигать гипотезы и последовательно развивать аргументацию в их защиту в рамках экспертной лингвистической деятельности. Преобладание нагрузки студентов рамках учебной дисциплины на</p>	<p>сформировать у будущего специалиста в области информации и коммуникации целостное представление о специфике лингвистической экспертизы спорного (конфликтного) рекламного и PR-текста, о методах и приемах анализа и оценки спорного (конфликтного) текста, о речевых правонарушениях в сфере медиакоммуникаций и их предупреждении.</p>				
--	--------------------------	--	---	--	--	--	--

		<p>практическую и самостоятельную работу оправдано и объяснимо. Итоговой аттестацией является экзамен, который представляет собой ответ на два теоретических вопроса и самостоятельно написанное и оформленное заключение специалиста на одну из предложенных экспертных задач.</p>					
Практики							
	Ознакомительная	<p>Программа практики разработана в соответствии с государственным образовательным стандартом специальности «Информация и коммуникация». Ознакомительная практика является составной частью учебного плана специальности «Информация и коммуникация», проводится в средствах массовой информации Гродненской области</p>	<p>Цель – формирование профессиональных умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности, ознакомление с организацией и планированием работы организаций. Студенты должны получить представление о системе пресс-служб, рекламных агентств, редакций СМИ, информационно-аналитических отделов,</p>	2 семестр	4 недели	5 з.е.	диф.зачет

		<p>или Республики Беларусь, в пресс-службах, рекламных отделах, службах маркетинга и т.д. организаций и предприятий районов Гродненской области. Студенты могут избрать место прохождения практики, не указанное в списке базовых организаций. Для этого необходимо предоставить соответствующее письмо-ходатайство из данного учреждения (оно должно быть оформлено на официальном бланке, заверено подписью и печатью руководителя). Практике предшествует изучение дисциплин профессионального цикла учебного плана специальности "Информация и коммуникация".</p>	<p>отделов маркетинга и рекламы, отделов по связям с общественностью на примере деятельности конкретной организации, конкретного структурного подразделения и приобрести начальный опыт профессионального труда.</p>				
	Информационная	Практика студентов специальности «Информация и	Целью производственной (информационной)	4 семестр	4 недели	5 з.е.	диф. зачет

		<p>коммуникация» является важной частью подготовки будущих специалистов по рекламе и паблик рилейшнз. Практика представляет собой планомерную и целенаправленную деятельность студентов по освоению избранной специальности, углубленному закреплению теоретических знаний, приобретению профессиональных и творческих навыков. Практика является составной частью учебного плана специальности, профессиональные дисциплины которого складываются из двух циклов – теоретического и прикладного.</p>	<p>практики является дальнейшее знакомство студентов с основными направлениями работы рекламных и PR-отделов, пресс-служб и пресс-центров, корпоративных медиа. Студенты проходят практику в информационных, рекламных и PR-агентствах, пресс-центрах и пресс-службах государственных и негосударственных организаций, интернет-изданиях, в отделах маркетинга и рекламы печатных и аудиовизуальных средств массовой информации.</p>				
	Информационно-коммуникационная	<p>Практика студентов специальности «Информация и коммуникация» – важная часть подготовки будущих специалистов по информации и</p>	<p>Цель практики: дальнейшее знакомство студентов с основными направлениями работы рекламных и PR-отделов, пресс-центров,</p>	6	4	5 з.е.	диф. зачет

		<p>коммуникации, а также работников средств массовой информации. Практика представляет собой планомерную и целенаправленную деятельность студентов по освоению избранной специальности, углубленному закреплению теоретических знаний, приобретению профессиональных и творческих навыков. Практика является составной частью учебного плана, профессиональные дисциплины которого складываются из двух циклов – теоретического и прикладного. Студенты проходят практику в информационных, рекламных и PR-агентствах, пресс-центрах и пресс-службах государственных и негосударственных организаций, интернет-изданиях, в печатных и аудиовизуальных</p>	<p>пресс-служб, служб по связям с общественностью и др.</p> <p>Задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - повышение уровня профессионального мастерства в области информации и коммуникации; - закрепление навыков в рамках выбранной специализации; - проявление студентом способностей к самостоятельной деятельности в области рекламы, связей с общественностью и корпоративных медиа; - дальнейшее знакомство с основными направлениями работы рекламных и PR-отделов, пресс-центров и пресс-служб; - приобретение дальнейшего опыта в подготовке и проведении рекламных и PR-кампаний; - усвоение приемов 				
--	--	---	--	--	--	--	--

		<p>средствах массовой информации, на площадке УНПО "Студенческий медиацентр".</p>	<p>PR-деятельности и овладение навыками в области рекламного дела;</p> <ul style="list-style-type: none"> - накопление опыта и получение навыков рекламной и PR-деятельности, подготовке и выпуске корпоративных медиа; - участие в разработке, организации и проведении рекламных и PR-кампаний, подготовке и выпуске корпоративных медиа. 				
	<p>Специализированная</p>	<p>Практика представляет собой планомерную и целенаправленную деятельность студентов по освоению избранной специальности, углубленному закреплению теоретических знаний, приобретению профессиональных и творческих навыков. Студенты проходят практику в информационных, рекламных и PR-агентствах, пресс-центрах и пресс-службах государственных и негосударственных</p>	<p>Цель практики – повышение уровня профессионального мастерства будущих специалистов по информации и коммуникации; закрепление навыков в рамках выбранной специализации; приобретение опыта самостоятельной организации рекламных и PR-акций, установление контактов с работодателем.</p>	<p>8 семестр</p>	<p>5 недель</p>	<p>8 з.е</p>	<p>диф.зачет</p>

		организаций, интернет-изданиях, в печатных и аудиовизуальных средствах массовой информации, на площадке УНПО "Студенческий медиациентр".					
	Преддипломная	Практика представляет собой планомерную и целенаправленную деятельность студентов по освоению избранной специальности, углубленному закреплению теоретических знаний, приобретению профессиональных и творческих навыков. Преддипломная практика студентов является одним из завершающих этапов в системе подготовке специалиста по информации и коммуникации. В процессе прохождения практики студенты завершают работу над дипломными проектами, решают вопросы трудоустройства по специальности.	Цель практики: формирование у студентов профессиональных качеств специалиста по информации и коммуникации; выявление степени подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной работе по специальности; полное проявление студентом своих способностей к самостоятельной профессиональной деятельности.	8 семестр	5 недель	8 з.е.	диф.зачет

Раздел 3. План развития образовательной программы

3.1 Перечень мероприятий по развитию образовательной программы

Организация учебной деятельности на факультете истории, коммуникации и туризма и кафедре журналистики при реализации образовательной программы по специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация разработана с учетом Стратегии учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы» на 2021–2025 гг. и на перспективу до 2030 г. и Стратегии опережающего развития, осуществляется в соответствии образовательным стандартом и учебным планом специальности.

3.1.1 Учебный процесс.

3.1.1.1 Профориентационная работа по привлечению абитуриентов на специальность 6-05-0321-02 Информация и коммуникация на кафедре журналистики организуется по нескольким направлениям.

- 1) информирование общественности о специальности и ее преимуществах;
- 2) организация мероприятий для абитуриентов и родителей;
- 3) укрепление взаимодействия с организациями, заинтересованными в сотрудничестве для подготовки специалистов (учреждения общего среднего образования, редакции СМИ, исполкомы, предприятия и организации, в структуре которых имеются отделы маркетинга и рекламы, информационно-аналитические отделы, пресс-службы и пресс-центры).

Для координации профориентационной работы на первом в учебном году заседании кафедры определяется заместитель заведующего по профориентационной и маркетинговой деятельности по каждой из специальностей кафедры журналистики. Каждый член кафедры журналистики принимает участие в профориентационной работе.

С целью информирования абитуриентов обеспечивается подготовка и размещение материалов в районных, региональных, республиканских СМИ, на сайте университета, факультета. В рамках работы Инновационного медийного кластера Гродненской области обеспечивается информирование абитуриентов об актуальных профориентационных мероприятиях путем размещения публикаций, подготовленных сотрудниками УНПО «Студенческий медиацентр» при кафедре журналистики, на сайтах районных газет Гродненской области и на сайте областного издания «Гродзенская праўда», в эфире областного телеканала «Беларусь 4. Гродно», городского телеканала «Гродно Плюс» что позволяет рассказать широкой аудитории о специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация.

С целью информирования широкой общественности обеспечивается сопровождение информационно-образовательного ресурса «МедиаДом», где регулярно размещается актуальная информация о профориентационных мероприятиях, организуемых для абитуриентов. Для абитуриентов создан Telegram-канал «Инфоком / Информация и коммуникация ГрГУ» <https://t.me/infokom2021>, который администрирует заместитель заведующего по профориентационной и маркетинговой деятельности. Обеспечивается сопровождение Instagram-аккаунта кафедры журналистики @kafedra.journ и Telegram-канала студенческого медиацентра StudMedia|Grsu. Кафедра журналистики обеспечивает сопровождение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах, что позволяет оптимизировать взаимодействие с молодежной аудиторией.

Кафедрой журналистики при поддержке администрации факультета и различных структур университета организуется ряд профориентационных мероприятий, направленных на привлечение мотивированных абитуриентов на образовательную программу. В числе профориентационных мероприятий для абитуриентов специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация – еженедельные занятия и мастер-классы в Студии «Медиа-STARt» для учащихся 9–11 классов; сезонные школы медиаграмотности «МедиаГид»; молодежный фестиваль-конкурс «МЕДИАСФЕРА», который с 2019 г. имеет статус республиканского и проводится при финансовой и организационной поддержке

Министерства образования Республики Беларусь. Кроме того, по заявкам учреждений образования в рамках шестого школьного дня для потенциальных абитуриентов проводятся регулярные туры-практикумы в УНПО «Студенческий медиацентр».

На регулярной основе организуются площадки специальности «Информация и коммуникация» в рамках Ярмарки целевой подготовки, Дня открытых дверей Купаловского университета, Дня открытых дверей факультета истории, коммуникации и туризма, а также ежегодно в канун вступительной кампании для абитуриентов вышеназванной специальности проводится профориентационный интенсив.

В условиях активного развития медиапространства, нарастания объемов информации, зреющих информационных угроз кафедра журналистики, заручившись поддержкой исполнительной власти, стремится объединить усилия педагогов и сотрудников редакций СМИ, чтобы познакомить подрастающее поколение с основами медиаграмотности, формировать культуру потребления и производства информации, прививать уважение к профессии журналиста и доверие к национальным СМИ, тем самым реализуя и профориентационные задачи. Решению этих задач способствует Инновационный медийный кластер Гродненской области, в рамках которого обеспечивается взаимодействие Купаловского университета, редакций СМИ, исполнительной власти.

Профориентационная работа проводится не только на базе университета, но и на площадках учреждений образования. С этой целью преподаватели кафедры журналистики с участием студентов специальностей «Журналистика» и «Информация и коммуникация» проводят уроки по развитию массовой медиаграмотности в учреждениях образования, что позволяет установить партнерские отношения с администрациями школ и гимназий.

Основные мероприятия, направленные на привлечение абитуриентов для поступления, представлены в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Перечень мероприятий в области профориентационной и маркетинговой деятельности

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования	Отметка о выполнении
1.	Определение ответственного за профориентационную работу на кафедре журналистики	Сентябрь, ежегодно	зав. кафедрой, зам. заведующего по профориентационной работе	Не требуются	
2.	Актуализация информации на ресурсах кафедры, факультета, университета	Сентябрь – июль, ежегодно	зам. заведующего по профориентационной работе, члены кафедры	Не требуются	
3.	Публикации для интернет-ресурсов «МедиаДом», публикации на сайте областного СМИ («Гродзенская праўда»), районных газет Гродненской области, республиканского ресурса «Mediana.by»	В течение года	зам. заведующего по профориентационной работе, члены кафедры	Не требуются	
4.	Подготовка буклетов, листовок, календарей абитуриента	В течение года	зам. заведующего по профориентационной работе	Внебюджетные средства ФИКиТ	
5.	Обновление онлайн-страниц	В течение года	зав. кафедрой	Не требуются	

	профорориентационных мероприятий на интернет-ресурсе «МедиаДом»				
6.	Работа студии юного журналиста «Медиа-START»	Октябрь – май, ежегодно (по субботам в онлайн и в офлайн формате)	зам. заведующего по профорориентационной работе, члены кафедры	Не требуются	
7.	Сезонные школы медиаграмотности «МедиаГид»	Во время школьных каникул, ежегодно	зам. заведующего по профорориентационной работе, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
8.	Площадка кафедры на Ярмарке целевой подготовки ГрГУ им. Янки Купалы	Ноябрь – декабрь, ежегодно	зам. заведующего по профорориентационной работе, руководители филиалов кафедры, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
9.	Туры-практикумы в УНПО «Студенческий медиацентр»	По предварительной заявке УО, в рамках шестого школьного дня, ежегодно	начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
10.	Площадка кафедры на Едином дне открытых дверей в ГрГУ им. Янки Купалы	Март, ежегодно	зав. кафедрой, зам. заведующего по профорориентационной работе, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
11.	Площадка кафедры на Дне открытых дверей ФИКиТ	Март, ежегодно	зав. кафедрой, зам. заведующего по профорориентационной работе, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
12.	Республиканский молодежный фестиваль «МедиаСфера»	Апрель, ежегодно	зам. заведующего по профорориентационной работе, члены кафедры,	Внебюджетные средства университета, финансовая поддержка МО	
13.	Уроки по развитию массовой медиаграмотности в УО в рамках ШАГ	По согласованию с УО, в течение года, ежегодно	зав. кафедрой, зам. заведующего по профорориентационной работе	Не требуются	
14.	Профорориентационный интенсив	Июнь, ежегодно	зам. заведующего по профорориентационной работе, члены кафедры	Не требуется	

3.1.1.2. Дисциплины, закрепленные за кафедрой журналистики, обеспечены учебно-программной документацией. Учебные программы составляются по всем предметам в соответствии с образовательным стандартом специальности, на базе типовых программ при их наличии, проходят необходимую процедуру внешнего и внутреннего рецензирования, утверждаются в установленном порядке. Программы соответствуют современному научно-методическому уровню и требованиям к подготовке специалистов в

сфере массовой коммуникации. Все разработанные преподавателями кафедры журналистики учебные программы доступны на образовательном портале ГрГУ им. Янки Купалы (edu.grsu.by).

Выполнение учебных программ контролируется заведующим кафедрой, специалистами деканата, специалистами УМУ на основе записей в электронном журнале учета педагогической нагрузки преподавателей и в журналах студенческих групп в деканате.

Приоритетная задача, которая стоит перед кафедрой журналистики – разработка новых ЭУМК по дисциплинам специальности 6-05-0321-02 Информация и коммуникация. План разработки и модернизации методических комплексов представлен в таблице 3.2

Таблица 3.2. – План разработки (модернизации) электронных учебно-методических комплексов.

№	Наименование дисциплины	Срок исполнения	Ответственный	Отметка о выполнении
1.	Основы информационно-коммуникационной деятельности	сентябрь 2024	Зезюлевич А.В.	
2.	История и теория коммуникации	декабрь 2024	Хвесько С.Г.	
3.	Стилистика и редактирование медиатекстов	декабрь 2024	Рыжкович А.Ч.	
4.	Мультимедийные технологии коммуникации	декабрь 2025	Хвесько С.Г.	
5.	Технологии SMM	июнь 2025	Мирошниченко А.С.	
6.	Техника речи	июнь 2025	Пивоварчик И.В.	
7.	Копирайтинг	декабрь 2025	Костюшко Е.Т.	
8.	Теория связей с общественностью	декабрь 2024	Булгакова А.А.	
9.	Теория рекламы	декабрь 2024	Зезюлевич А.В.	
10.	Этика коммуникационной деятельности	июнь 2025	Пивоварчик И.В.	
11.	Правовое регулирование коммуникации	июнь 2025	Мисаревич Н.В.	
12.	Коммуникационный практикум	июнь 2025	Булгакова А.А.	
13.	Научные исследования коммуникации	декабрь 2024	Минчук И.И.	
14.	Медиариторика	июнь 2026	Пивоварчик И.В.	
15.	Искусство презентации	июнь 2025	Костюшко Е.Т.	
16.	Маркетинг и менеджмент коммуникационной деятельности	декабрь 2024 июнь 2025	Лешук С.В.	
17.	Информационный менеджмент в веб-среде	декабрь 2025	Лешук С.В.	
18.	Внутриорганизационная коммуникация	июнь 2025	Лешук С.В.	
19.	Современная пресс-служба	декабрь 2024	Рыжкович А.Ч.	
20.	Корпоративные медиа	июнь 2025	Герасимчик И.А.	
21.	Организация работы в коммуникационном агентстве	июнь 2025	Лешук С.В.	
22.	Организация PR-мероприятий	июнь 2025	Рыжкович А.Ч.	
23.	Создание и редактирование PR-текстов	июнь 2026	Булгакова А.А.	
24.	Создание и редактирование рекламного текста	декабрь 2026	Рыжкович А.Ч.	
25.	Региональный и городской брендинг	июнь 2027	Герасимчик И.А.	
26.	Социальная реклама	декабрь 2025	Пивоварчик И.В.	
27.	Брендинговые коммуникации	декабрь 2025	Сивова Т.В.	
28.	Антикризисная коммуникация	июнь 2026	Костюшко Е.Т.	
29.	Деловая коммуникация	Декабрь 2026	Пивоварчик И.В.	
30.	Политическая коммуникация	Декабрь 2025	Лешук С.В.	
31.	Лингвистическая экспертиза рекламного и PR-продукта	июнь 2027	Пивоварчик Т.А.	

3.1.1.3. На кафедре журналистики в учебном процессе и внеучебной деятельности используются инновационные и практико-ориентированные методы преподавания, направленные на повышение и контроль качества учебного процесса (в т.ч. реализацию компетентностного подхода, практико-ориентированности и др.). Профессорско-преподавательский состав кафедры активно использует при организации учебной деятельности студентов информационные ресурсы сети Интернет. Практикуется проектная технология, метод решения кейсов, а также технология работы в ВТК (временных творческих коллективах). Продуктивен метод создания чатов в мессенджерах для оперативного взаимодействия с участниками ВТК. Используются цифровые платформы конференц-связи для проведения дистанционных встреч, в том числе с привлечением экспертов, находящихся за пределами города. Продуктивна работа с Google-документами, позволяющая организовать и контролировать работу группы студентов.

Разработаны методики организации и проведения мероприятий в университете и на предприятиях-базах практики по охране труда и технике безопасности при прохождении обучающимися всех видов практики. Сформирован механизм осуществления контроля за прохождением всех видов практики и разработаны критерии оценки.

Профессорско-преподавательский состав кафедры ведет электронный журнал учета учебной нагрузки, в полной мере использует в своей работе ресурсы интранета (www.intra.grsu.by). Координация учебного процесса обеспечивается электронным расписанием, размещенным на сайте университета (www.grsu.by).

Таблица 3.3 – План мероприятий по обеспечению качества учебного процесса

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования	Отметка о выполнении
1.	Обеспечение своевременной актуализации содержания дисциплин на образовательном портале университета	сентябрь и январь ежегодно	зав. кафедрой, заместитель заведующего по учебной работе, ППС	Не требуются	
2.	Обеспечение своевременной разработки лекционных занятий, заданий к практическим и лабораторным занятиям, ФОС по новым дисциплинам в учебном плане специальности	сентябрь и январь ежегодно	зав. кафедрой, заместитель заведующего по учебной работе, ППС	Не требуются	
3.	Обеспечение своевременной разработки ЭУМКД по дисциплинам специальности	ежегодно в соответствии с графиком разработки ЭУМКД	зав. кафедрой, заместитель заведующего по учебной работе, ППС	Не требуются	
4.	Подготовка учебно-методических пособий, пособий с грифом МО	в соответствии с планом изданий	зав. кафедрой, заместитель заведующего по учебной работе, ППС	Внебюджетные средства университета	
5.	Корректировка учебных планов и учебных программ по результатам семинаров Инновационного медийного кластера Гродненской области с редакторами СМИ	декабрь, ежегодно	зав. кафедрой, ППС	Не требуются	

	(заказчики кадров), представителями Главного управления идеологической работы и по делам молодежи				
6.	Внедрение активных методов обучения (кейс-стади, ВТК, мастер-классы от специалистов-практиков)	сентябрь и январь ежегодно	зав. кафедрой, ППС	Не требуются	
7.	Привлечение к образовательному процессу ведущих специалистов-практиков, в том числе из числа выпускников специальности «Информация и коммуникация»	август и январь ежегодно	зав. кафедрой, ППС	Фонд почасовой оплаты труда	
8.	Повышение квалификации ППС кафедры и повышение профессионального мастерства на площадках предприятий и организаций г. Гродно	ежегодно в соответствии с планом повышения квалификации	зав. кафедрой, ППС	Не требуются	
9.	Использование в учебном процессе ресурсов УНПО «Студенческий медиацентр» при кафедре журналистики	ежегодно в соответствии с паспортами лабораторий	начальник УНПО «Студенческий медиацентр», ППС	Не требуются	
10.	Использование в учебном процессе ресурсов филиалов кафедры журналистики	ежегодно в соответствии с расписанием занятий	руководители филиалов кафедры	Не требуются	
11.	Выполнение по заявкам редакций СМИ, организаций и предприятий дипломных и курсовых работ	в течение учебного года	зав. кафедрой, заместитель заведующего по научной работе, ППС	Не требуются	
12.	Внедрение результатов НИРС в производственный процесс редакций, организаций и предприятий и учебный процесс университета	в течение учебного года	зав. кафедрой, заместитель заведующего по научной работе, ППС	Не требуются	
13.	Обеспечение участия студентов специальности «Информация и коммуникация» в подготовке междисциплинарных проектов	ежегодно в соответствии с планом кафедры и факультета	зав. кафедрой, заместитель заведующего по научной работе, ППС	Не требуются	
14.	Обеспечение условий для разработки индивидуальной образовательной траектории студентам специальности	ежегодно	зав. кафедрой, ППС	Не требуются	

	«Информация и коммуникация»				
15.	Стимулирование участия преподавателей и студентов в мероприятиях (конференциях, фестивалях, конкурсах) зарубежных партнеров, оказание поддержки в реализации разных форм академической мобильности	ежегодно	зав. кафедрой, заместитель заведующего по интернационализации	Не требуются	
16.	Повышение уровня знания английского языка ППС кафедры, сертификация компетенций	ежегодно	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по интернационализации, ППС	Не требуются	

3.1.1.4 При реализации образовательной программы используется перечень мероприятий по развитию студентоцентрированных подходов к обучению, преподаванию и оценке успеваемости. Для студентов разных групп предусмотрены мероприятия по адаптации к учебному процессу, составления индивидуальных траекторий обучения для достижения планируемых результатов обучения.

Таблица 3.4 Мероприятия по развитию студентоцентрированного обучения

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования	Отметка о выполнении
1.	Участие студентов в студенческом соуправлении факультета истории, коммуникации и туризма	в течение года по отдельному плану	Зав. кафедрой, заместители заведующего по направлениям	Не требуются	
2.	Участие студентов в заседаниях Совета факультета истории, коммуникации и туризма	ежемесячно	Зав. кафедрой	Не требуются	
3.	Участие студентов в заседаниях Совета университета	ежемесячно	Зав. кафедрой	Не требуются	
4.	Обеспечение выбора дисциплин в учебном плане образовательной программы для формирования индивидуальной образовательной траектории	май, накануне начала учебного года	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по учебной работе	Не требуются	
5.	Реализация медийных, социальных, коммуникационных проектов в рамках учебных курсов для формирования УК, БПК, СК, подготовки индивидуальных портфолио	в начале учебного года	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по учебной работе	Не требуются	
6.	Подготовка индивидуальных	в начале учебного семестра	Зав. кафедрой, заместитель	Не требуются	

	планов для студентов, которые работают по специальности		заведующего по учебной работе		
7.	Закрепление преподавателя-тьютора (научного руководителя) за каждым студентом с 1 по 4 курс	сентябрь, ежегодно	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по научной работе	Не требуются	
8.	Встречи с работодателями во время 1) учебных занятий и прохождения практики; 2) семинаров ИМК, круглых столов и диалоговых площадок; 3) проведения фестивалей и конкурсов	в течение года	Зав. кафедрой, заместители заведующего по направлениям	Не требуются	
9.	Работа научных руководителей со студентами, внесенными в банк одаренной и талантливой молодежи	в течение года в соответствии с индивидуальными планами	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по научной работе	Не требуются	
10.	Функционирование при кафедре журналистики УНПО «Студенческий медиацентр», где студенты могут реализовать свои проектные инициативы	в течение года в соответствии с планом кафедры и УНПО «Студенческий медиацентр»	Зав. кафедрой, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
11.	Функционирование при кафедре журналистики 5 СНК, где студенты могут участвовать в научной работе	в течение года в соответствии с планом работы СНК	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по научной работе	Не требуются	
12.	Функционирование при кафедре журналистики 4 творческих объединений, где студенты могут реализовать свои творческие способности	в течение года в соответствии с планом работы творческих объединений	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по воспитательной работе	Не требуются	
13.	Индивидуальная работа со студентами, оказавшимися в сложных жизненных обстоятельствах, консультации психолога	в течение года	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по воспитательной работе, куратор	Не требуются	
14.	Проектная форма промежуточной и итоговой аттестации по практико-ориентированным дисциплинам	в период зачетно-экзаменационной сессии	Зав. кафедрой, заместитель заведующего по учебной работе	Не требуется	

3.1.2. Кадровый потенциал

Для обеспечения реализации образовательной программы 6-05-0321-02 Информатика и коммуникация в составе кафедры журналистики работают 1 доктор наук, 9 кандидатов наук, 2 старших преподавателя, 1 преподаватель. В штате кафедры работают

преподаватели, которые имеют опыт профессиональной деятельности в СМИ, обладают соответствующим филологическим и журналистским образованием.

Учебную нагрузку на условиях почасовой оплаты выполняют практикующие в сфере журналистики, информации и коммуникации и смежных с ними сферах специалисты из числа ведущих сотрудников крупнейших СМИ Гродненской области, в том числе выпускники специальностей, закрепленных за кафедрой, которые завершили обучение в магистратуре и имеют опыт профессиональной деятельности.

С целью совершенствования профессионального мастерства и освоения новых образовательных технологий преподаватели кафедры журналистики постоянно (не реже 1 раза в 5 лет) проходят переподготовку, стажировку или повышение квалификации.

Таблица 3.5 – Перечень мероприятий по развитию кадрового потенциала

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования	Отметка о выполнении
1.	Повышение квалификации по профилю читаемых курсов в УВО Республики Беларусь Мирошниченко А.С. Герасимчик И.А. Сивова Т.В. Минчук И.И. Пивоварчик Т.А. Зезюлевич А.В. Булгакова А.А. Хвесько С.Г. Костюшко Е.Т. Рыжкович А.Ч. Лешук С.В.	Согласно плану повышения квалификации 2024 2024 2025 2025 2026 2026 2027 2027 2028 2028 2028	Зав. кафедрой	Бюджетные и внебюджетные средства УО «ГрГУ им. Янки Купалы»	
2.	Повышение профессионального мастерства на базе редакций СМИ, предприятий и организаций без отрыва от производства Пивоварчик Т.А. Зезюлевич А.В. Сивова Т.В. Булгакова А.А. Минчук И.И. Герасимчик И.А.	2024 2025 2026 2027 2027 2028	Зав. кафедрой	Не требуются	
3.	Стажировки в УВО Герасимчик И.А. Минчук И.И. Зезюлевич А.В.	2024 2026 2028	Зав. кафедрой	Бюджетные и внебюджетные средства ГрГУ им. Янки Купалы	
4.	Поступление в докторантуру Сивова Т.В. Булгакова А.А. Минчук И.И.	2025 2026 2027	Зав. кафедрой	Не требуются	
5.	Завершение обучения в		Зав. кафедрой,	Не требуются	

	аспирантуре Павлова А.А.	2025	научный руководитель		
6.	Защита кандидатских диссертаций Мирошниченко А.С. Костюшко Е.Т.	2024 2025	Зав. кафедрой, научный руководитель	Не требуются	
7.	Защита докторской диссертации Пивоварчик Т.А.	2026	Зав. кафедрой, научный консультант	Не требуются	
8.	Присвоение ученого звания доцента Герасимчик И.А. Хвесько С.Г. Зезюлевич А.В.	2025 2026 2027	ППС	Не требуются	

3.1.3 Воспитательная деятельность в рамках формирования универсальных и профессиональных компетенций

3.1.3.1 В рамках учебных дисциплин образовательной программы разработаны задания, направленные на воспитание студентов. Например, дисциплина госкомпонента «Язык средств массовой коммуникации» предполагает знакомство с текстами массмедиа. В качестве материала выбраны тексты ведущих белорусских СМИ, что обеспечивает знакомство будущих специалистов по информации и коммуникации с материалами отечественной журналистики.

В рамках дисциплины госкомпонента «Основы информационно-коммуникационной деятельности» обеспечивается знакомство с белорусскими журналистами, специалистами по рекламной коммуникации, специалистами по связям с общественностью, лидерами мнений, их творчеством, медийными проектами. Студенты готовят сообщения, анализируют материалы, погружаются в сферу профессиональной деятельности.

В рамках дисциплин госкомпонента «Теория связей с общественностью», «Теория рекламы» в рамках метода кейс-стади студенты знакомятся с лучшими образцами отечественной коммуникационной сферы: материалами рекламных кампаний, PR-кампаний в коммерческой, социальной, общественно-политической сферах, усваивают опыт решения практических профессиональных задач, совершенствуют навыки проектной деятельности.

В рамках дисциплины вузовского компонента «Научные исследования коммуникации» обеспечивается знакомство студентов с белорусскими учеными-исследователями массмедиа. Отдельная тема посвящена ученым-купаловцам, отмеченным высокими наградами за научную работу, что позволяет формировать уважение к профессорско-преподавательскому составу, который работает со студентами.

В рамках дисциплины «Региональный и городской брендинг» обеспечивается знакомство студентов с особенностями бизнес-процессов региона в сфере туризма и гостеприимства, осуществляется подготовка проектов, направленных на продвижение г. Гродно и Гродненской области как туристического и культурного объекта, что способствует развитию чувства патриотизма у будущих специалистов по информации и коммуникации.

В рамках дисциплин «Правовое регулирование коммуникации», «Этика коммуникационной деятельности», «Лингвистическая экспертиза рекламного и PR-продукта» обеспечивается изучение особенностей создания и функционирования текстов массовой коммуникации в соответствии с законодательством Республики Беларусь. Студенты развивают навыки подготовки и последующей экспертизы текстов, пропагандирующих в пространстве публичной коммуникации основные национально-

духовные ценности и морально-нравственные нормы, характерные для белорусского общества.

Помимо учебных занятий воспитательная работа обеспечивается в рамках проектной деятельности, активно реализуемой на кафедре журналистики (таблица 3.6).

Таблица 3.6 Перечень мероприятий по развитию воспитательной деятельности в рамках формирования универсальных и профессиональных компетенций

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования	Отметка о выполнении
1.	Работа студентов в составе оргкомитетов и волонтерских групп при проведении мероприятий кафедры журналистики: республиканского фестиваля «Медиаасфера», республиканской конференции «Медиакоммуникации в XXI веке: традиции и инновации», международного конкурса молодежных проектов «Студенческая молодежь в современном мире», Международных Карских чтений и др.	В соответствии с планом мероприятий	зав. кафедрой, заместители по направлениям, начальник УНПО «Студенческий медиацентр», ППС	внебюджетные средства университета, факультета, средства МО, оргвзносы участников мероприятий	
2.	Участие студентов в составе проектной команды при выпуске стримингового проекта «Поток» (истории успеха Купаловцев)	еженедельно в течение года	зав. кафедрой, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
3.	Выпуск факультетского журнала «STUDЭйшыя»	ежемесячно	зав. кафедрой, студенческое соуправление, ППС	Внебюджетные средства ФИКиТ	
4.	Подготовка документальных фильмов и социальных роликов о преступлениях немецко-фашистских захватчиков в рамках проекта «Геноцид белорусского народа: память и боль Гродненской земли»	в соответствии с планом реализации проекта	зав. кафедрой, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Внебюджетные средства университета Внебюджетные средства ФИКиТ	
5.	Подготовка выставок в рамках междисциплинарных проектов «Геноцид белорусского народа: память и боль Гродненской земли», «Дорогами Победы» и др.	в соответствии с планом реализации проектов	зав. кафедрой, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Внебюджетные средства университета Внебюджетные средства ФИКиТ	
6.	Интервью с выпускниками специальности «Журналистика» к 85-летию Купаловского университета	2 раза в месяц	зав. кафедрой, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
7.	Диалоговые площадки с лидерами мнений	на основании распорядительных	зав. кафедрой, начальник УНПО «Студенческий медиацентр», зам.	Не требуются	

		документов	заведующего по воспитательной работе, ППС		
8.	Семинары в рамках ИМК Гродненской области с участием студентов	4 раза в год	зав. кафедрой, зам. заведующего по направлениям деятельности, ППС	Внебюджетные средства ФИКиТ	
9.	Подготовка проектов в рамках учебных курсов, курсового и дипломного проектирования и презентация проектов на конкурсах	в течение года согласно учебному плану	зав. кафедрой, ППС	Внебюджетные средства ФИКиТ	

3.1.4 Научно-исследовательская и инновационная деятельность

3.1.4.1. Научно-исследовательская работа кафедры журналистики факультета истории, коммуникации и туризма ГрГУ им. Янки Купалы планируется и выполняется в соответствии с приоритетными направлениями фундаментальных и прикладных научных исследований Республики Беларусь на 2021–2025 годы (согласно Указу Президента Республики Беларусь от 07 мая 2020 г. №156).

Преподаватели участвуют в выполнении НИР второй половины дня, работают над исполнением финансируемых исследовательских тем. Ежегодно преподаватели кафедры публикуют учебные, учебно-методические работы, монографии, статьи в журналах из списка ВАК, РИНЦ, Scopus, Web of Science. Разрабатываемые преподавателями кафедры журналистики направления научных исследований способствуют повышению эффективности учебного процесса. Результаты исследований находят свое применение в практике работы региональных СМИ, организаций и предприятий г. Гродно и Гродненской области, при разработке лекционных, практических и лабораторных занятий, во время самостоятельной работы студентов, а также при написании студентами курсовых и дипломных работ, написании магистрантами магистерских диссертаций.

С целью формирования у студентов предпринимательских компетенций обеспечивается выполнение междисциплинарных проектов, выполняемых студентами специальности «Информация и коммуникация» совместно с представителями других специальностей факультета истории, коммуникации и туризма и иных факультетов Купаловского университета, разработка предложений для участия в конкурсах инновационных проектов, реализуются мероприятия по вовлечению студентов в стартап-движение. Ценность выполненных работ подтверждена высшими наградами международных конкурсов инновационных проектов «Хрустальный апельсин» (Москва, Россия), «Масс-медиа Перспектива» (Санкт-Петербург, Россия), «Студенческая молодёжь в современном мире» (Гродно, Беларусь).

Область применения НИР: творческая деятельность региональных СМИ, лекционные, практические и лабораторные занятия, НИРС. Публикации и доклады соответствуют современным направлениям теории журналистики, а также междисциплинарному подходу к исследованию медиадискурса (лингвистический, литературоведческий, исторический, социологический аспекты).

3.1.4.2. Мероприятия, направленные на развитие научно-исследовательской и инновационной деятельности.

На кафедре журналистики в 2024–2025 гг. будет продолжено выполнение НИР «Журналистика и социальные коммуникации в контексте развития современного белорусского общества: социокультурный и лингвистический аспекты», выполненная в рамках второй половины дня. Научный руководитель – кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики Минчук И.И. Исполнители – профессорско-преподавательский состав кафедры, студенты, аспиранты. В 2024–2025 гг. необходимо обеспечить выполнение и завершение НИР № А65-21 «Дынамічныя працэсы ў мове

беларускіх сродкаў масавай камунікацыі ва ўмовах лічбавай трансфармацыі нацыянальнай медыясістэмы» подпрограммы «Беларуская мова і літаратура» ГПНИ «Грамадства і гуманітарная бяспека беларускай дзяржавы» (20212216, от 25.03.2021). Научный руководитель – кандидат филологических наук Пивоварчик Т. А. Исполнители – профессорско-преподавательский состав кафедры, студенты, аспиранты.

Одна из важных задач на 2024–2028 гг. – подача заявок на участие в выполнении научных проектов ГПНИ, БРФФИ, в том числе международных проектов, выполняемых совместно с вузами-партнерами.

Тематика курсового и дипломного проектирования студентов отражает проблемы, актуальные для современного медиапространства, в том числе формирования информационного поля Гродненской области, напрямую связана с научно-исследовательской работой кафедры. Ключевая задача на период 2024–2028 гг. – усиление взаимодействия с заказчиками кадров при выполнении НИР, а также дипломных и курсовых работ с последующим внедрением результатов исследований в практику деятельности редакций, организаций и предприятий, ведомств.

На кафедре обеспечивается подготовка инновационных междисциплинарных проектов, выполненных группой студентов разных специальностей университета. В 2024–2028 гг. будет продолжено непосредственное участие в реализации междисциплинарного проекта, направленного на сохранение исторической памяти «Геноцид белорусского народа: память и боль Гродненской земли», которые выполняется в университете по инициативе Прокуратуры Гродненской области.

Планируется продолжить традицию проведения масштабного научного форума Международные Карские чтения «Славянский мир и национальная речевая культура в современной коммуникации», который собирает известных ученых из Беларуси и стран ближнего зарубежья. Форум проходит 1 раз в 2 года. По результатам чтений кафедра журналистики готовит сборник научных статей, который индексируется в базе РИНЦ. Очередные Международные Карские чтения кафедра журналистики проведет в 2026 и 2028 гг.

Для организации НИРС будет обеспечено проведение Республиканской научно-практической интернет-конференции молодых исследователей «Медиакоммуникации в XXI веке: традиции и новации», которая реализуется силами членов кафедры журналистики с 2019 года. Координатором конференции выступает доцент кафедры журналистики. Для обеспечения работы конференции создана онлайн-площадка, сопровождение которой обеспечивают студенты специальностей «Журналистика» и «Информация и коммуникация». По результатам конференции ежегодно кафедра готовит сборник материалов, который проходит депонирование.

Силами ППС кафедры журналистики будет обеспечена работа студенческих научных кружков:

- «Язык в координатах массмедиа» (руководитель – И.И. Минчук),
- «Прагматика медиатекста» (руководитель – Т.А. Пивоварчик),
- «Язык культуры в дискурсе массмедиа» (руководитель – И.А. Герасимчик),
- «Технологии создания медиатекста» (руководитель – А.Ч. Рыжкович),
- «Маркетинговые коммуникации» (руководитель – С.В. Лешук).

Основными формами привлечения студентов к НИР, используемыми на кафедре журналистики, являются:

- индивидуальная работа преподавателей с одаренными студентами;
- наставничество, составление индивидуальных планов работы с талантливой и одаренной молодежью;
- выполнение курсовых и дипломных работ, магистерских диссертаций в рамках кафедральных научно-исследовательских тем, выполняемых по заданию ГПНИ и за счет второй половины рабочего дня ППС;
- выполнение исследований по заказу организаций;

- участие студентов в университетских, республиканских и международных научных конференциях;
- публикации студенческих работ в научных сборниках и сборниках конференций (самостоятельно или в соавторстве с научным руководителем);
- работа студентов в студенческих кружках и лабораториях;
- участие в Республиканском конкурсе научных работ студентов;
- участие студентов в международных форумах и фестивалях, а также программах, проектах и конкурсах различного уровня.

Одним из перспективных мероприятий, направленных на интенсификацию научно-исследовательской и инновационной деятельности кафедры при реализации программы 6-05-0321-02 Информация и коммуникация, является создание **Клиники коммуникационных проектов** – уникального пространства для взаимодействия экспертов в сфере коммуникаций, студентов, будущих специалистов по информации и коммуникации, тьюторов из числа профессорско-преподавательского состава факультета истории, коммуникации и туризма и клиентов, нуждающихся в разработке коммуникационных проектов с возможностью последующего их воплощения в жизнь.

Разработка и реализация проекта Клиники коммуникационных проектов направлена на решение нескольких задач в соответствии со стратегическим показателями развития ГрГУ им. Янки Купалы на 2021-2025 гг.:

- 1) формирование и закрепление профессиональных компетенций у студентов специальностей «Информация и коммуникация»;
- 2) удовлетворение запроса на профессиональный подход к разработке коммуникационных проектов;
- 3) создание площадки для непосредственного взаимодействия студентов с заказчиками кадров;
- 4) укрепление связей с выпускниками Купаловского университета;
- 5) позиционирование ГрГУ им. Янки Купалы во внешней среде как современного образовательного университета, площадки востребованных инновационных разработок.

В таблице 3.7 приведен перечень мероприятий, направленных на развитие научно-исследовательской и инновационной деятельности, в том числе НИРС на кафедре журналистики.

Таблица 3.7 – Перечень мероприятий по развитию НИИД

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования	Отметка о выполнении
1.	Выполнение темы второй половины дня по кафедре журналистики «Журналистика и социальные коммуникации в контексте развития современного белорусского общества: социокультурный и лингвистический аспекты»	2024–2025	Зав. кафедрой	Бюджетные средства	
2.	Выполнение темы ГПНИ НИРС № А65-21 «Дынамічныя працэсы ў мове беларускіх сродкаў масавай камунікацыі ва	2024–2025 согласно плану НИРС	Руководитель темы ГПНИ Т.А. Пивоварчик	Средства ГПНИ	

	умовах лічбавай трансфармацыі нацыянальнай медыясістэмы»				
3.	Участие в конкурсах финансируемых проектов по заданиям ГПНИ, БРФФИ, ГКНТ и др.	2024–2028 ежегодно, согласно положениям о конкурсах	Зав. кафедрой ППС	Не требуется	
4.	Привлечение заказчиков для выполнения хоздоговорных исследований	2024–2028 ежегодно не менее 1 хоздоговора	Зав. кафедрой	Не требуется	
5.	Проведение Международных Карских чтений (1 раз в 2 года)	Май 2026 Май 2028	Зав. кафедрой, ППС	Оргвзносы участников	
6.	Участие в конкурсах на грантовую поддержку исследовательской работы	2024–2028	Зав. кафедрой, ППС	Не требуется	
7.	Актуализация профилей в Google Scholar, РИНЦ (Science Index)	Ежегодно по мере необходимости	Зав. кафедрой, ППС	Не требуется	
8.	Подготовка публикаций в журналах из списка ВАК, Scopus, Web of Science	Ежегодно	Зав. кафедрой, ППС	Не требуется	
9.	Разработка программ научных стажировок для привлечения зарубежных исследователей в ГрГУ им. Янки Купалы	Ежегодно	Зав. кафедрой, ППС	Не требуется	
10.	Создание в структуре УНПО «Студенческий медиацентр» Лаборатории коммуникационных проектов	2025 г.	Зав. кафедрой, начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Фонд поддержки инициатив ФИКиТ Фонд инновационного развития ГрГУ им. Янки Купалы	
11.	Привлечение студентов и магистрантов к участию в выполнении финансируемых научно-исследовательских тем	2024–2028	Зав. кафедрой, руководитель темы ГПНИ Т.А.Пивоварчик	Средства ГПНИ	
12.	Проведение Республиканской научно-практической интернет-конференции молодых исследователей «Медиакоммуникации в XXI веке: традиции и новации»	Ежегодно, апрель	Зав. кафедрой, ППС	Оргвзносы участников	

13.	Обеспечение вовлечения в различные формы НИРС студентов дневной формы обучения по ОП «Журналистика»	Ежегодно	Зав. кафедрой, ППС	Не требуются	
14.	Внедрение результатов НИР и НИРС в учебный и производственный процессы	Ежегодно	Зав. кафедрой, ППС	Не требуются	
15.	Обеспечение работы СНК	2024–2028 в соответствии с планом СНК	Зав. кафедрой, ППС	Не требуются	
16.	Участие студентов в открытом конкурсе студенческих стартап-проектов «ИнНаСтарт»	Ежегодно	Зав. кафедрой, ППС	Не требуется	
17.	Участие студентов в Республиканском конкурсе научных работ	Ежегодно	Зав. кафедрой, И.А.Герасимчик ППС	Не требуется	
18.	Участие студентов в конкурсах научно-исследовательских работ, стартапов, инновационных проектов	Ежегодно	Зав. кафедрой, И.А.Герасимчик ППС	Фонд поддержки талантливой молодежи	

3.1.5 Сотрудничество, в т.ч. международное

3.1.5.1. Основная задача кафедры журналистики в образовательном и научном пространстве – укрепление авторитета в Республике Беларусь и за рубежом, поиск партнеров для обеспечения практико-ориентированной подготовки специалистов, реализации академической мобильности, разработки и внедрения новых методов преподавания, основанных на использовании современного научного знания, ИКТ, расширение методики прикладных исследований, поиск партнеров для выполнения финансируемых научных исследований.

Одна из важных задач в вопросах развития партнерских связей – получение заявок на подготовку специалистов не только из Гродненской области, но и из других регионов республики – Брестской, Могилевской, Минской, Витебской, Гомельской областей. Для решения этой задачи видится целесообразным усилить взаимодействие с государственными предприятиями и организациями за пределами Гродненской области.

В реализации образовательной программы 6-05-0321-02 Информация и коммуникация кафедра журналистики взаимодействует со всеми областными и региональными СМИ и Главным управлением идеологической работы и по делам молодежи Гродненского областного исполнительного комитета в учебном, методическом и практическом аспектах с целью обеспечения конкурентоспособного информационного пространства в регионе, соответствующего духу времени и отвечающего на вызовы современности в рамках Инновационного медийного кластера Гродненской области.

Таблица 3.8 – Партнеры

№	Наименование организации	Направления сотрудничества
1.	Главное управление идеологической работы и по	Базовая организация

	делам молодежи Гродненского областного исполнительного комитета	
2.	ОУИРП «Рэдакцыя газеты «Гродзенская праўда»	Филиал кафедры
3.	РУП РТЦ «Телерадиокомпания «Гродно»	Филиал кафедры
4.	КУПТ ТРВК «Гродно Плюс»	Филиал кафедры
5.	Учреждения общего среднего образования Республики Беларусь	Установление контактов с администрацией УО, проведение семинаров с педагогами-руководителями медиацентров и пресс-центров на площадках УО, рассылка информационных писем в УО с приглашением к участию в профориентационных, научных, воспитательных мероприятиях, организуемых кафедрой, рассылка благодарственных писем
6.	Белорусский государственный университет	Взаимное участие в конференциях, повышение квалификации, стажировки ППС, сотрудничество по программе «Приглашенный профессор», взаимное рецензирование программ, обмен опытом подготовки специалистов по ОП «Информация и коммуникация», приглашение в состав ГЭК
7.	Брестский государственный университет им. А.С.Пушкина; Гомельский государственный университет им. Франциска Скорины; Полоцкий государственный университет им. Евфросинии Полоцкой; Витебский государственный университет имени П.М.Машерова	Взаимное участие в конференциях, взаимное рецензирование программ, ЭУМКД, обмен опытом организации учебной, научной, воспитательной работы
8.	Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета	Обмен опытом подготовки специалистов по ОП «Информация и коммуникация», взаимное рецензирование учебных программ, стажировки ППС, академическая мобильность студентов, проведение совместных научных и воспитательных мероприятий, взаимное участие в конференциях, подготовка совместных научных публикаций в журналах из баз данных Scopus, Web of Science, сотрудничество по программе «Приглашенный профессор», подготовка отзывов на авторефераты диссертаций
9.	Международная Ассоциация исследователей языка медиакommunikации (СПбГУ, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»)	Участие в работе научного совета Ассоциации (Т.А.Пивоварчик), организация работы исследовательской группы «Культурно-исторический аспект в исследовании языка медиатекста» (И.И.Минчук, А.В.Зезюлевич, И.А.Герасимчик), проведение НОМ, организация совместных международных научных исследований
10.	Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (факультет журналистики)	Обмен опытом подготовки специалистов по ОП «Информация и коммуникация», взаимное рецензирование учебных программ, стажировки ППС, академическая мобильность студентов, проведение совместных научных и воспитательных мероприятий, взаимное участие в конференциях, подготовка совместных научных публикаций в журналах из баз данных Scopus, Web of Science, сотрудничество по программе «Приглашенный профессор», подготовка отзывов на авторефераты диссертаций

11.	Уральский гуманитарный институт Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина	Обмен опытом подготовки специалистов по ОП «Информация и коммуникация», взаимное рецензирование учебных программ, стажировки ППС, академическая мобильность студентов, проведение совместных научных и воспитательных мероприятий, взаимное участие в конференциях, подготовка совместных научных публикаций в журналах из баз данных Scopus, Web of Science, сотрудничество по программе «Приглашенный профессор», подготовка отзывов на авторефераты диссертаций
-----	---	--

3.1.5.2. Для наиболее успешной реализации образовательной программы «Информация и коммуникация» планируется выполнение ряда следующих мероприятий, приведенных в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Перечень мероприятий по развитию сотрудничества

№	Наименование мероприятия (с указанием организации - партнера)	Срок исполнения	Ответственный	Ресурсы, источник финансирования
1.	Укрепление взаимодействия с филиалами кафедры журналистики: проведение выездных заседаний кафедры на филиалах, защита результатов практики на филиалах, подготовка совместных коммуникационных проектов, выполняемых студентами на филиалах, проведение экскурсий	в течение года 2024–2028	Зав. кафедрой, руководители филиалов	Не требуется
2.	Ежегодная актуализация плана работы Инновационного медийного кластера Гродненской области	ноябрь, ежегодно	Члены Координационного совета ИМК	Не требуется
3.	Заключение договоров с предприятиями и организациями, редакциями СМИ региона и республики для прохождения студентами учебно-ознакомительной и производственных практик	2024–2028	Руководители практик	Не требуется
4.	Получение заявок на подготовку специалистов от предприятий и организаций, редакций региона и республики	2024–2028	Зав. кафедрой, зам. заведующего по учебной работе	Не требуется
5.	Проведение встреч студентов специальности «Информация и коммуникация» с заказчиками кадров	регулярно в течение года 2024–2028	Зав. кафедрой, зам. заведующего по учебной работе	Не требуется
6.	Подготовка программы сотрудничества на 2025-2027 гг. с факультетом журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова	декабрь 2024	Зав. кафедрой, зам. заведующего по интернационализации	Не требуется
7.	Подготовка программы сотрудничества на 2025-2027 гг. с Институтом «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета	декабрь 2024	Зав. кафедрой, зам. заведующего по интернационализации	Не требуется
8.	Подача на конкурс программы научно-популярный экспедиции «МедиаГид Купаловского университета» для привлечения иностранных студентов	2024	Зав. кафедрой, зам. заведующего по учебной работе	Не требуется
9.	Открытие филиала кафедры журналистики на базе маркетинговой	2025	Зав. кафедрой, зам. заведующего по	Не требуется

службы / центра по связям с общественностью / пресс-службы учреждения г. Гродно		учебной работе	
---	--	----------------	--

3.1.6. Инфраструктура и материально-техническая база

Кафедра журналистики занимает помещение ауд. 319 (уч. корпус № 1 университета по ул. Ожешко, 22). Уровень технической базы соответствует потребностям кафедры. На кафедре имеются 2 персональных компьютера, подключенных к университетской сети, 2 ч/б лазерных принтера формата А4.

Для проведения учебных занятий студентов специальностей «Журналистика» (1 ступень высшего образования) кафедра располагает следующей материально-технической базой:

- кабинет периодической печати и фотожурналистики (ауд. 310, уч. корпус №10 университета по ул. Октябрьская, 5), оснащенный компьютерным классом, проектором;
- учебная телестудия (ауд. 325 и 325а, уч. корпус № 1 университета по ул. Ожешко, 22), в которую входят монтажная, оснащенная мощными компьютерами и съемочный павильон с видео и фотокамерами, световым и звуковым оборудованием, штативами;
- учебная радиостудия (ауд. 324, уч. корпус № 1 университета по ул. Ожешко, 22), оснащенная режиссерским пультом, звуковым оборудованием;
- учебная аудитория кафедры журналистики на базе КУП ТВРК «Гродно Плюс» (ул. Ожешко, 1), оснащенная компьютером, проектором;
- учебные аудитории (ауд. 100, 101, 301, уч. корпус № 10 по ул. Октябрьская, 5).

В связи с высокой загруженностью аудиторий в корпусе № 10 по ул. Октябрьская 5, следует решить в 2024-2025 гг. вопрос о выделении для организации учебного процесса студентов 3 курса (вторая смена) и 4 курса (первая смена) специальности «Информация и коммуникация» 1 аудитории в корпусе №1 университета по ул. Ожешко, 22 вместимостью 30 человек. Такое решение позволит обеспечить комфортную для студентов и для преподавателей организацию учебного процесса, взаимодействие членов кафедры, активное использование ресурсов УНПО «Студенческий медиацентр» в учебном процессе.

Для обеспечения поддержания санитарно-гигиенических условий необходимо провести ремонт помещений УНПО «Студенческий медиацентр» в 2025 г. (учебной телестудии и радиостудии – ауд. 324, 325, фойе, ул. Ожешко, 22).

Одним из перспективных мероприятий, направленных на интенсификацию научно-исследовательской и инновационной деятельности кафедры при реализации программы 6-05-0321-02 Информация и коммуникация, является создание **Клиники коммуникационных проектов** – уникального пространства для взаимодействия экспертов в сфере коммуникаций, студентов, будущих специалистов по информации и коммуникации, тьюторов из числа профессорско-преподавательского состава факультета истории, коммуникации и туризма и клиентов, нуждающихся в разработке коммуникационных проектов с возможностью последующего их воплощения в жизнь.

Имеющаяся инфраструктура и материально-техническая база позволяют должным образом обеспечить реализации образовательной программы 05-0321-02 Информация и коммуникация. Тем не менее, амортизация оборудования в связи с его регулярным активным использованием требует планирования закупок. В таблице 3.10 представлен перечень дисциплин, требующих обеспечения компьютерной и иной техникой.

Таблица – 3.10 Планируемые закупки

№	Название дисциплины	Дата закупки	Предмет закупки	Стоимость, источник финансирования	Отметка о выполнении

1.	Современные информационные технологии	2025	Компьютеры для обработки виде-фото-аудио-материалов – 4 шт. в УНПО «Студенческий медиацентр»	Бюджетные средства	
2.	Мультимедийные технологии коммуникации	2025			
3.	Технологии создания медиатекстов	2025			
4.	Информационный менеджмент в веб-среде	2025			
5.	Корпоративные медиа	2025			
6.	Выпуск учебного проекта	2025			
7.	Искусство презентации	2026	фотоаппараты – 5 шт. объективы – 5 шт. Аккумуляторы (10 шт.) карты памяти (10 шт.) в УНПО «Студенческий медиацентр»	Бюджетные средства	
8.	Корпоративные медиа	2026			
9.	Выпуск учебного проекта	2026			
10.	Организация PR-мероприятий	2026			
11.	Техника речи	2027	Телесуфлер с ПО – 1 шт	Внебюджетные средства (доходы УНПО «Студенческий медиацентр»)	
12.	Медиариторика	2027			
13.	Школа медиаграмотности «МедиаГид»	2025–2028	Графический планшет – 15 шт Фотоаппарат с комплектующими – 1 шт Ноутбук – 1 шт.	Грант Президента Республики Беларусь в сферах науки, образования, здравоохранения, культуры, молодежной политики	

3.17 Развитие культуры обеспечения качества в рамках образовательной программы

Развитие культуры обеспечения качества в рамках образовательной программы «Информация и коммуникация» – это комплексный процесс, который требует постоянных усилий и активного взаимодействия всех участников образовательного процесса. Для реализации данного процесса необходимо постоянное совершенствование образовательной программы, внедрение новых технологий, актуальных методов обучения и адаптация к изменяющимся требованиям рынка труда.

Таблица 3.11 Мероприятия по развитию системы обеспечения качества

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ожидаемые результаты	Отметка о выполнении
1.	Пересмотр и обновление учебного	Раз в 2 года	Зав. кафедрой	Корректировка учебного плана	

	плана специальности				
2.	Пересмотр и обновление учебных программ учебных дисциплин	Ежегодно, за 2 месяца до начала семестра	Зав. кафедрой, ППС	Актуальные программы учебных дисциплин	
3.	Обновление учебно-методических материалов	Ежегодно	Зав. кафедрой, ППС	Учебно-методическое обеспечение учебных дисциплин	
4.	Подготовка учебных изданий	В соответствии с планом изданий	Зав. кафедрой, ППС	Учебные пособия с грифом УМО, МО РБ	
5.	Своевременная подготовка и обновление ЭУМКД	Ежегодно	Зав. кафедрой, ППС	ЭУМКД	
6.	Обсуждение качества подготовки с заказчиками кадров в рамках Инновационного медийного кластера Гродненской области, руководителями организаций и предприятий	Не реже 1 раза в год	Зав. кафедрой, ППС	Корректировка содержания ОП в соответствии с требованиями заказчиков кадров	
7.	Повышение квалификации и профессионального мастерства сотрудников кафедры	Ежегодно	Зав. кафедрой, ППС	Использование новых подходов в образовательном процессе	
8.	Взаимодействие кафедры с учреждениями общего среднего образования с целью ранней профориентации молодежи	В рамках мероприятий, организуемых кафедрой и УО	Зав. кафедрой, зам. зав. по профориентации ППС	Привлечение в число студентов мотивированной молодежи	
9.	Вовлечение в образовательный процесс представителей профессионального сообщества специалистов по рекламе и связям с общественностью	В рамках учебных занятий, профориентационных и воспитательных мероприятий	Зав. кафедрой, зам. зав. по направлениям деятельности ППС	Формирование профессиональных и личностных компетенций будущих специалистов в ходе непосредственного взаимодействия с сотрудниками СМИ	

3.1.8 Мероприятия по информированию общественности в рамках образовательной программы

Таблица 3.12 Мероприятия по информированию общественности

№	Наименование мероприятия	Срок исполнения	Ответственный	Ожидаемые результаты	Отметка о выполнении
1.	Актуализация информации на ресурсах кафедры, факультета, университета, в том числе в социальных	Сентябрь – июль, ежегодно	Начальник УНПО «Студенческий медиацентр» ППС	Не требуются	

	сетях и мессенджерах		студенты специальности «Журналистика»		
2.	Анонсирование мероприятий и имиджевые публикации для интернет-ресурсов «МедиаДом», публикации на сайте областного СМИ («Гродзенская праўда»), районных газет Гродненской области, республиканского ресурса «Mediana.by»	В течение года	Начальник УНПО «Студенческий медиацентр» ППС студенты специальности «Журналистика»	Не требуются	
3.	Участие студентов специальности «Информация и коммуникация» в конкурсах и фестивалях, конференциях, форумах	В течение года	Зав. кафедрой ППС	Внебюджетные средства факультета Фонд поддержки талантливой молодежи	
4.	Участие в пресс-конференциях по приглашению РУП «Дом прессы»	По приглашению, пресс-центра	Зав. кафедрой Начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Не требуются	
5.	Комментарии сотрудников кафедры в прессе по запросам редакций СМИ	По запросу редакции	Зав. кафедрой ППС	Не требуются	
6.	Подготовка буклетов и листовок с информацией об образовательной программе «Информация и коммуникация»	март, ежегодно	Зав. кафедрой Начальник УНПО «Студенческий медиацентр»	Внебюджетные средства факультета	
7.	Проведение профориентационных встреч на площадках учреждений образования региона и республики с привлечением студентов специальности «Информация и коммуникация»	В течение года в соответствии с планом профориентационной работы	Зав. кафедрой зам. заведующего по профориентационной работе	Внебюджетные средства факультета	

3.1.9 Оценка рисков при реализации плана развития специальности.

Можно отметить следующие риски при реализации образовательной программы «Информация и коммуникация»:

- постоянное и быстрое развитие информационных технологий может вызвать нехватку квалифицированных педагогических кадров с опытом работы в сфере информационных технологий и коммуникаций, обладающих актуальными знаниями и навыками;

- нехватка аудиторного фонда, недостаточное оснащение оборудованием с современным программным обеспечением;

- несоответствие содержания программы современным требованиям рынка труда, отсутствие связи с актуальными проблемами и тенденциями в области информационных технологий и коммуникаций, преобладание теоретической информации над практической;

- отсутствие партнерских связей с компаниями, которые могут предоставить студентам возможность пройти практику, получить работу или стажировку.

Важно отметить, что эти риски могут быть смягчены с помощью планирования, проведения исследований, разработки стратегий и внедрения инновационных подходов к обучению.

Таблица 3.13 – Возможные риски реализации программы и мероприятия, направленные на их устранение (минимизацию)

№	Наименование возможных рисков	Мероприятия по устранению рисков
1	Усиление глобальной и локальной конкуренции вузов в борьбе за абитуриентов.	Реализация плана профориентационных мероприятий, выстраивание партнерских отношений со стейкхолдерами, расширение пространства взаимодействия с абитуриентами, профориентационная работа в областных центрах республики.
2	Высокий уровень конкуренции со специалистами смежных профессий.	Разработка профилизации в рамках действующей образовательной программы с учетом реальных потребностей заказчиков кадров.
3	Рост требований заказчиков кадров к уровню компетенций выпускников.	Проведение мониторинга интересов заказчиков кадров. Формирование индивидуальной образовательной траектории развития студентов. Подготовка нишевых специалистов.
4	Сокращение интереса предприятий и организаций к взаимодействию и установлению партнерских отношений.	Выявление потребностей работодателей, корректировка образовательной программы. Расширение списка партнеров. Взаимодействие с заказчиками кадров за пределами региона.
5	Недостаточные компетенции ППС в использовании активных инновационных технологий обучения.	Повышение квалификации ППС, стажировки в редакциях, привлечение к преподаванию дисциплин специализации ведущих специалистов из числа выпускников кафедры.
6	Недостаточный уровень владения английским языком ППС для реализации образовательных программ для иностранных студентов.	Повышение уровня владения иностранным языком посредством прохождения специализированных курсов, обучающих семинаров и тренингов.
7	Сокращение финансирования материально-технической базы из бюджетных средств.	Оптимизация имеющихся ресурсов. Использование внебюджетных средств факультета. Привлечение финансовых средств за счет реализации дополнительных услуг и договоров.
8	Деактуализация содержания учебных планов и учебных программ.	Регулярный мониторинг содержания учебных программ по данному профилю. Консультации с работодателями и членами Координационного Совета факультета истории, коммуникации и туризма, Инновационного медийного кластера Гродненской области.

3.2 Целевые индикаторы

№	Предмет оценки качества образовательной программы	Показатель оценки	Планируемое значение показателя			
			2024	2025	2026	2027
Оценка качества образовательной деятельности студентов и ее результатов						
1	Промежуточные результаты теоретического и практического обучения	Средний балл промежуточной аттестации по учебным дисциплинам (модулям), курсовым работам (проектам), практикам	7.62	7.7	7.75	7.8
2	Итоговые результаты	Доля дипломов с отличием, полученных на государственном экзамене и защите дипломной работы (проекта)	32%	35%	32%	35%
		Доля обучающихся, успешно завершивших обучение по ОП, от общего количества обучающихся, зачисленных на обучение	83	85	85	87
Оценка качества образовательных программ (образовательная среда и НМО)						
3	Практическая составляющая ОП	Доля учебных дисциплин, совместно реализованных с социальными партнерами	2,04%	3%	5%	6%
4	Научно-методическое обеспечение ОП	Процент обеспеченности зарегистрированными ЭУМК / ЦУМК дисциплин учебного плана	20%	25%	30%	40%
		Процент обеспеченности дисциплин учебного плана учебными изданиями с грифом	10%	15%	20%	30%
Кадровое обеспечение образовательной программы						
5	Остепененность педагогических работников, реализующих ОП	Доля ППС, работающего на постоянной основе, обеспечивающего реализацию образовательной программы	90	90	92	92
		Доля штатных работников из числа ППС, включая совместителей (работающих по трудовому договору), имеющих ученые и почетные степени и звания	71	78,5	85,7	85,7
6	Педагогическое мастерство	Результаты рейтинга ППС по разделу «учебная деятельность»	24,6	25	25,5	26

		Результаты рейтинга ППС по разделу «научно-исследовательская и инновационная деятельность»	15	15,5	16	16,5
7	Востребованность ОП	Проходной балл на специальность (дневная форма за счет средств бюджета), проходной балл (дневная форма на платной основе)	357 / 304	355 / 300	356 / 302	355 / 300
		Доля иностранных студентов, обучающихся на ОП (на 01.01)	0,9	1,0	2	2,5
8	Удовлетворенность студентов	Уровень удовлетворенности студентов	4,07	4,1	4,15	4,2
9	Профессиональные качества преподавателя	Результаты опроса «Преподаватель глазами студентов»	4,6	4,61	4,62	4,65
Мониторинг профессиональных результатов и достижений выпускников						
10	Закрепляемость молодых специалистов в профессии	Уровень закрепляемости молодых специалистов по специальности				

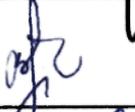
Согласовано

Проректор по учебной работе



Л.Ю.Павлов

Декан факультета истории,
коммуникации и туризма



В.А. Белозорович

Зав. кафедрой журналистики.



И.И. Минчук

Рекомендована к утверждению
Научно-методическим советом университета
Протокол № 1 от 03.10.2024 г.

Советом факультета истории, коммуникации и туризма
Протокол № 7 от 26.09.2024 г.

Кафедра журналистики
Протокол № 7 от 11.09.2024 г.