

Специальность / Speciality: 7-06-0321-02 Коммуникации / 7-06-0321-02 Communications

Учебная дисциплина, модуль / Academic discipline, module: Методология коммуникации / Communication methodology

Краткое содержание учебной дисциплины, модуля / Brief summary	Введение в социологию массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальный институт. Массовая коммуникация и общественное мнение. Школы/ концепции массовой коммуникации. Основные элементы процесса массовой коммуникации и методы их исследования. Современные тенденции в массовой коммуникации. Особенности деятельности СМИ в Республике Беларусь.	Introduction to the sociology of mass communication. Mass communication as a social institution. Mass communication and public opinion. Schools/mass communication concepts. Basic elements of the process of mass communication and methods of their research. Modern trends in mass communication. Features of media activities in the Republic of Belarus.
Формируемые компетенции / The formed competences	базовые профессиональные компетенции: БПК-3. Анализировать и оценивать процессы массовой коммуникации;	basic professional competencies: BPK-3. Analyze and evaluate the processes of mass communication;
Результаты обучения (знать, уметь, владеть) / Learning outcomes (know, be able, have skills in)	знать: - понятийный аппарат науки о средствах массовой коммуникации; - содержание основных теорий, объясняющих функционирование средств массовой коммуникации; - понятие общества и основные этапы его развития; - деятельность основных социальных институтов; уметь: - применять основные законы функционирования средств массовой коммуникации в профессиональной деятельности; - анализировать явления и процессы, происходящие в обществе;	know: - the conceptual apparatus of the science of mass communication; - the content of the main theories explaining the functioning of mass media; - the concept of society and the main stages of its development; - activities of the main social institutions; -- technology for differentiating consumers by their behavior (consumer market segmentation); -- legal aspects of consumer behavior; be able to: - apply the basic laws of the functioning of mass media in professional activities; - analyze phenomena and processes

Краткое содержание учебной дисциплины, модуля / Brief summary	Введение в социологию массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальный институт. Массовая коммуникация и общественное мнение. Школы/ концепции массовой	Introduction to the sociology of mass communication. Mass communication as a social institution. Mass communication and public opinion. Schools/mass communication concepts. Basic elements of
	владеть: - категориальным аппаратом науки о массовой коммуникации; - навыками разработки рекомендаций и принятия решений на основе анализа собранной эмпирической информации.	occurring in society; have skills in: - the categorical apparatus of the science of mass communication; - skills in developing recommendations and making decisions based on the analysis of collected empirical information.
Семестр изучения учебной дисциплины, модуля / Semester of study	7 семестр	7 semester
Пререквизиты / Prerequisites	«Введение в социологию массовой коммуникации», «Массовая коммуникация как социальный институт», «Массовая коммуникация и общественное мнение», «Школы/ концепции массовой коммуникации», «Основные элементы процесса массовой коммуникации и методы их исследования».	“Introduction to the sociology of mass communication”, “Mass communication as a social institution”, “Mass communication and public opinion”, “Schools / concepts of mass communication”, “Basic elements of the process of mass communication and methods of their research”.
Трудоемкость в зачетных единицах (кредитах) / Credit units	3 зачетные единицы	3 credits
Количество аудиторных часов и часов самостоятельной работы / Academic hour of students' class work, hours of self-directed learning	48 аудиторных часов / 8 часов самостоятельной работы	48 classroom hours / 8 hours of independent work
Требования и формы текущей и промежуточной аттестации / Requirements and forms of current and interim certification	опрос, учебная дискуссия, письменная работа, тест, проект / экзамен	survey, education discussion, written work, test, project / end-of-term exam

	коммуникации. Основные элементы процесса массовой коммуникации и методы их исследования. Современные тенденции в массовой коммуникации. Особенности деятельности СМИ в Республике Беларусь.	the process of mass communication and methods of their research. Modern trends in mass communication. Features of media activities in the Republic of Belarus.
Формируемые компетенции / The formed competences	базовые профессиональные компетенции: БПК-3. Анализировать и оценивать процессы массовой коммуникации;	basic professional competencies: BPK-3. Analyze and evaluate the processes of mass communication;
Результаты обучения (знать, уметь, владеть) / Learning outcomes (know, can, be able)	знать: - понятийный аппарат науки о средствах массовой коммуникации; - содержание основных теорий, объясняющих функционирование средств массовой коммуникации; - понятие общества и основные этапы его развития; - деятельность основных социальных институтов; уметь: - применять основные законы функционирования средств массовой коммуникации в профессиональной деятельности; - анализировать явления и процессы, происходящие в обществе; владеть: - категориальным аппаратом науки о массовой коммуникации; - навыками разработки рекомендаций и принятия решений на основе анализа собранной эмпирической информации.	know: - the conceptual apparatus of the science of mass communication; - the content of the main theories explaining the functioning of mass media; - the concept of society and the main stages of its development; - activities of the main social institutions; -- technology for differentiating consumers by their behavior (consumer market segmentation); -- legal aspects of consumer behavior; be able to: - apply the basic laws of the functioning of mass media in professional activities; - analyze phenomena and processes occurring in society; own: - the categorical apparatus of the science of mass communication; - skills in developing recommendations and making decisions based on the analysis of collected empirical information.

Семестр изучения учебной дисциплины, модуля / Semester of study	3 семестр	3 semester
Пререквизиты / Prerequisites	«Введение в социологию массовой коммуникации», «Массовая коммуникация как социальный институт», «Массовая коммуникация и общественное мнение», «Школы/ концепции массовой коммуникации», «Основные элементы процесса массовой коммуникации и методы их исследования».	“Introduction to the sociology of mass communication”, “Mass communication as a social institution”, “Mass communication and public opinion”, “Schools / concepts of mass communication”, “Basic elements of the process of mass communication and methods of their research”.
Трудоемкость в зачетных единицах (кредитах) / Credit units	3 зачетные единицы	3 credits
Количество аудиторных часов и часов самостоятельной работы / Academic hour of students' class work, hours of self-directed learning	48 аудиторных часов / 8 часов самостоятельной работы	48 classroom hours / 8 hours of independent work
Требования и формы текущей и промежуточной аттестации / Requirements and forms of current and interim certification	опрос, учебная дискуссия, письменная работа, тест, проект / экзамен	survey, education discussion, written work, test, project / exam