

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 25.06.2026 13:59:39
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Благодарю за сотрудничество
Ханты-Мансийского автономного округа-Югры
"Сургутский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР

_____ Е.В. Коновалова

11 июня 2025г., протокол УМС №5

Коммуникации в постиндустриальном обществе рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Психологии**

Учебный план b420301-ССО-25-4.plx
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация **Бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 40

Виды контроля в семестрах:
зачеты 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	уп	рп		
Неделя	9 4/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	40	40	40	40
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):
;стар.преподаватель, Думова Т.Б.

Рабочая программа дисциплины
Коммуникации в постиндустриальном обществе

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
утвержденного учебно-методическим советом вуза от 11.06.2025 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Психологии

Зав. кафедрой Зав. кафедрой к.филос.н., доцент Т.А. Родермель

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование системных знаний и представлений о подходах к исследованию современного постиндустриального общества, целостного понимания теоретических положений о сущности, особенностях и формах коммуникации, закономерностях современного развития; умений и навыков использования технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде, основных технологий копирайтинга; современных технических средств и технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и формирования корпоративной культуры
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	Б1.В.ДВ.04
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Медиапланирование
2.1.2	Реклама и связи с общественностью в политике, государственных структурах и бизнесе
2.1.3	Психология массовых коммуникаций
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Немедийные коммуникации
2.2.2	Производственная практика, преддипломная практика
2.2.3	Основы операторского искусства

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4.1: При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

ПК-4.2: При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде

ПК-4.4: Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций

ПК-4.5: Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1 Знать:	
3.1.1	- основные понятия и теории коммуникации, определение рекламы и связей с общественностью и их роль в социальной сфере, основные технологии связей с общественностью
3.1.2	- психологические особенности индивида или группы людей, обусловленные их культурной и этнической принадлежностью,
3.1.3	- особенности рекламных и PR-технологий, цели, функции и результаты воздействия рекламы; ее роль и связей с общественностью в социальной сфере;
3.1.4	- основные понятия, концептуальные и теоретические подходы к исследованию содержания; логики и закономерностей развития коммуникации в современном постиндустриальном обществе;
3.1.5	- методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения эффективной внутренней и внешней коммуникации;
3.2 Уметь:	
3.2.1	- реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в социальной сфере при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде;

3.2.2	- использовать инструментарий для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации в процессе формирования корпоративной культуры организации;
3.2.3	- аргументировать свою позицию, обобщать и систематизировать знания о коммуникации в постиндустриальном обществе;
3.2.4	- использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде при реализации коммуникационного продукта;
3.2.5	- осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия в социальной сфере;
3.2.6	- использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью;

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература	Примечание
	Раздел 1. Становление концепции постиндустриального общества					
1.1	Индустриальное и постиндустриальное общество. Становление концепции	8	8	ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.1Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.2	Индустриальное и постиндустриальное общество. Становление концепции	8	8	ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.2Л3.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
1.3	Индустриальное и постиндустриальное общество. Становление концепции	8	12	ПК-4.1 ПК-4.2	Л1.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
	Раздел 2. Социальная коммуникация в контексте постиндустриального общества.					
2.1	Социальная коммуникация в контексте постиндустриального общества. Особенности текста рекламы и связей с общественностью в постиндустриальном обществе /Лек/	8	8	ПК-4.1 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.2Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
2.2	Социальная коммуникация в контексте постиндустриального общества. Особенности текста рекламы и связей с общественностью в постиндустриальном обществе /Пр/	8	8	ПК-4.1 ПК-4.4 ПК-4.5	Л1.3Л2.2 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
2.3	Социальная коммуникация в контексте постиндустриального общества. Особенности текста рекламы и связей с общественностью в постиндустриальном обществе /Ср/	8	14	ПК-4.1 ПК-4.4 ПК-4.5	Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
2.4	Интернет как информационно-коммуникационная вселенная. Современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде /Пр/	8	0	ПК-4.1 ПК-4.5	Л1.4Л2.1 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
2.5	Интернет как информационно-коммуникационная вселенная. Современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде /Ср/	8	0	ПК-4.1 ПК-4.5	Э1 Э2 Э3 Э4 Э5	
2.6	/Контр.раб./	8	7			
2.7	/Зачёт/	8	7			

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

5.1. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации
Представлены отдельным документом
5.2. Оценочные материалы для диагностического тестирования
Представлены отдельным документом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)				
6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Дзялошинский И. М., Пильгун М. А.	Деловые коммуникации. Теория и практика: Учебник для бакалавров	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л1.2	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Жильцов Д. А.	Основы рекламы: Учебник и практикум	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л1.3	Касьянов В. В.	Социология массовой коммуникации: Учебник	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
Л1.4	Спивак В. А.	Деловые коммуникации. Теория и практика: Учебник	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Кремлев Н. Т.	Историческая социология в 3 ч. Часть 3. Индустриальное и постиндустриальное общество: Учебное пособие	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.2	Емельянов С. М.	Теория и практика связей с общественностью: Учебное пособие	Москва: Издательство Юрайт, 2019, электронный ресурс	1

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л3.1	Мамкина Т. М., Плеханова Н. П., Ганеева Л. Д.	Подготовка социальных проектов, курсовых и дипломных работ по программе бакалавриата "Реклама и связи с общественностью": учебно-методическое пособие	Сургут: Издательский центр СурГУ, 2018	30

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Общая теория социальной коммуникации http://www.eartist.narod.ru/text16/071.htm			
Э2	«Пресс-служба» - электронная газета для профессионалов в области связей с общественностью http://www.press-service.ru			
Э3	Международная Ассоциация коммуникаций (The International Communication Association) https://www.icahdq.org/			
Э4	Российская коммуникативная ассоциация http://www.russcomm.ru/			
Э5	Сайт Постиндустриальное общество http://postindustrial.net/			

6.3.1 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	Операционные системы Microsoft, пакет прикладных программ Microsoft Office			
---------	--	--	--	--

6.3.2 Перечень информационных справочных систем

6.3.2.1	СПС «КонсультантПлюс» - www.consultant.ru/			
6.3.2.2	СПС «Гарант» - www.garant.ru/			

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных занятий), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации оснащена: комплект специализированной учебной мебели, маркерная (меловая) доска, комплект переносного мультимедийного оборудования - компьютер, проектор, проекционный экран, компьютеры с возможностью выхода в Интернет и доступом в электронную информационно-образовательную среду. Обеспечен доступ к сети Интернет и в электронную информационную среду организации.			
-----	---	--	--	--