

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебной и методической работе

(подпись) Е.А. Каменева

«21» января 2025г.

Никитин А.А.

**Телекоммуникационные и компьютерные
технологии в сфере PR**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

*Рекомендовано Ученым советом
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 47 от 19.11.2024 г.)*

*Одобрено Советом кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций
(протокол № 3 от 28.10.2024г.)*

Москва 2024

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

Никитин А.А.

**Телекоммуникационные и компьютерные
технологии в сфере PR**

Рабочая программа дисциплины

**для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Москва 2024

1. Наименование дисциплины

«Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
УК-4	Способность использовать прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач (УК-4)	1. Использует основные методы и средства получения, представления, хранения и обработки данных. 2. Демонстрирует владение профессиональными пакетами прикладных программ. 3. Выбирает необходимое прикладное программное обеспечение в зависимости от решаемой задачи. 4. Использует прикладное программное обеспечение для решения конкретных прикладных задач.	1. Знать: основные методы и средства получения, представления, хранения и обработки данных. Уметь: эффективно применять эти методы и средства для решения профессиональных задач. 2. Знать: функциональные возможности профессиональных пакетов прикладных программ, используемых в своей области. Уметь: демонстрировать владение этими программами в процессе выполнения задач. 3. Знать: критерии выбора прикладного программного обеспечения в зависимости от специфики решаемой задачи. Уметь: выбирать и обосновывать выбор необходимого ПО для достижения поставленных целей. 4. Знать: принципы применения прикладного программного обеспечения для решения конкретных задач в своей профессиональной деятельности. Уметь:

			использовать прикладное ПО для выполнения задач, обеспечивая высокое качество и эффективность работы.
УК-15	Способность релевантно решаемым задачам использовать информационные ресурсы и информационно-коммуникационные технологии для достижения целей, связанных с профессиональной деятельностью, обучением, участием в жизни общества и других сферах жизни (УК-15)	1. Самостоятельно выбирает и использует цифровые средства общения, осуществляет поиск и/или создание контента в соответствии с целью взаимодействия, в том числе для организации совместной деятельности. 2. Владеет навыками организации взаимодействия и коммуникации с помощью информационных систем и/или цифровых сервисов и технологий. 3. Осуществляет подбор и применение различных информационно-коммуникационных средств для решения образовательных и профессиональных задач.	1. Знать: различные цифровые средства общения и их функциональные возможности. Уметь: самостоятельно выбирать и использовать эти средства для поиска и создания контента, соответствующего целям взаимодействия и организации совместной деятельности. 2. Знать: основные принципы и методы организации взаимодействия и коммуникации с использованием информационных систем и цифровых технологий. Уметь: эффективно организовывать взаимодействие и коммуникацию в рамках проектов, используя соответствующие информационные сервисы и технологии. 3. Знать: критерии и методы подбора информационно-коммуникационных средств для решения образовательных и профессиональных задач. Уметь: применять различные информационно-коммуникационные средства для достижения конкретных целей в своей профессиональной деятельности и обучении.
ПКН-7	Способность использовать современные технические средства и информационно-телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных продуктов (ПКН 7)	1. Использует оборудование и программное обеспечение для производства коммуникационных продуктов. 2. Адаптирует коммуникационные продукты под требования каналов распространения массовой информации.	1. Знать: основные виды оборудования и программного обеспечения, используемого для производства коммуникационных продуктов. Уметь: эффективно применять это оборудование и ПО для создания высококачественных коммуникационных материалов.

			2. Знать: требования различных каналов распространения массовой информации к коммуникационным продуктам. Уметь: адаптировать созданные коммуникационные продукты под эти требования, обеспечивая их успешное распространение и восприятие аудиторией.
--	--	--	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR» входит в цикл математики и информатики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ОП «Реклама и связи с общественностью», ОП «Связи с общественностью в политике и бизнесе/Public Relations in Politics and Business».

Дисциплина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR» дает студентам возможность расширить кругозор, выработать аналитические навыки, необходимые для решения в будущем профессиональных задач.

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5/180	180
Контактная работа - Аудиторные занятия	50	50
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	34	34
Самостоятельная работа	130	130
<i>Вид текущего контроля</i>	<i>Контрольная работа</i>	<i>Контрольная работа</i>
Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью», ОЗО, профиль: «Медиаинновации»

Таблица 2

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 8 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5/180	180
Контактная работа - Аудиторные занятия	34	34
Лекции	4	4
Семинары, практические занятия	30	30
Самостоятельная работа	146	146
<i>Вид текущего контроля</i>	<i>Контрольная работа</i>	<i>Контрольная работа</i>
Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Общие сведения о развитии информационных технологий в коммуникациях и связях с общественностью

Этапы развития информационных технологий в коммуникациях. Информационная технология и информационный продукт. Понятие об информационном обществе. Роль и место телекоммуникаций и компьютерных технологий в современном информационном обществе. Развитие информационных технологий и средств коммуникации в концепциях М. Маклюэна, Э. Тоффлера, М. Кастельса. Понятие о цифровых коммуникациях. Современные тенденции в области телекоммуникаций и ИТ. Роль технологий в трансформации PR-индустрии.

Тема 2. Стратегии управления цифровыми технологиями в профессиональной деятельности по связям с общественностью

Понятие о цифровом маркетинге и PR. Особенности управления цифровыми технологиями в маркетинге и PR. PRTech как экосистема цифровых сервисов, программного обеспечения и технологических инноваций для автоматизации процессов PR. Трудовые функции, умения, знания PR-специалиста, необходимые для формирования персональной цифровой экосистемы.

Тема 3. Разработка стратегии коммуникации бренда в digital-среде

Стратегии работы с социальными сетями и блогосферой. Ключевые этапы создания плана коммуникаций в digital-среде. Целевые аудитории, ключевые сообщения, спикеры. Выбор коммуникационных каналов и медийная стратегия. Создание и распространение вирального контента. Управление онлайн-репутацией.

Тема 4. Цифровые инструменты PR Tech в деятельности специалиста по связям с общественностью

PR Tech как совокупность ИТ-решений для автоматизации и оптимизации рабочих процессов в PR. Применение цифровых сервисов в стратегическом планировании. Основные категории PR Tech: мониторинг СМИ, подготовка и дистрибуция контента, отношения со СМИ и лидерами общественного мнения, аналитика. Использование нейронных сетей в PR. Направления цифровой трансформации в PR.

Тема 5. Традиционные и инновационные стратегии продвижения брендов: кейсы российских и зарубежных компаний

Влияние PR-кампаний на бизнес-показатели (продажи, доверие к бренду, инвестиции и т.п.). Анализ технологий и цифровых инструментов успешных PR-кампаний российских и зарубежных брендов. Кризисные кейсы: методика выхода из коммуникационного кризиса.

Тема 6. Искусственный интеллект (ИИ) и другие направления цифровой трансформации в PR

Автоматизация рутинных PR-процессов. Персонализация коммуникаций с помощью ИИ. Предиктивная аналитика в PR-стратегиях. Возможности и ограничения ИИ для генерации текстового и мультимедийного контента. Этические вопросы в цифровых коммуникациях.

Тема 7. Социальные сети как инструмент коммуникации для PR-специалистов

Планирование маркетинга в социальных сетях. Особенности SMM и социальных сетей в российском сегменте Интернета. Специфика продвижения в Telegram. Преимущества ВК для продвижения бизнеса. Интеграция мобильных технологий в традиционные PR-активности.

Тема 8. Подготовка и защита коммуникационной стратегии бренда

Представление и защита итоговых работ в формате мультимедиа.

5.2. Учебно-тематический план

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью», профиль «Общественно-политическая и бизнес-журналистика»

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Общие сведения о развитии информационных технологий в коммуникациях и связях с общественностью	22	6	2	4	16	Деловая игра, групповая дискуссия, решение ситуационных задач
2.	Стратегии управления цифровыми технологиями в профессиональной деятельности по связям с общественностью	22	6	2	4	16	Решение ситуационных задач, анализ кейсов, групповая дискуссия
3.	Разработка стратегии коммуникации бренда в digital-среде	22	6	2	4	16	Разработка мини-проекта, групповая дискуссия
4.	Цифровые инструменты PR Tech в деятельности специалиста по связям с общественностью	22	6	2	4	16	Решение ситуационных задач, анализ кейсов, групповая дискуссия

5.	Традиционные и инновационные стратегии продвижения брендов: кейсы российских и зарубежных компаний	22	6	2	4	16	Анализ имеющихся кейсов
6.	Искусственный интеллект (ИИ) и другие направления цифровой трансформации в PR	22	6	2	4	16	Анализ имеющихся кейсов
7.	Социальные сети как инструмент коммуникации для PR-специалистов	22	6	2	4	16	Анализ имеющихся кейсов
8.	Подготовка и защита коммуникационной стратегии бренда	26	8	2	6	18	Представление и защита итоговых работ в формате мультимедиа
	В целом по дисциплине	180	50	16	34	130	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого %	100%	28%	32%	68%	72%	

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, ОП «Реклама и связи с общественностью», ОЗО, профиль: «Медиаинновации»

Таблица 2

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Общие сведения о развитии информационных технологий в коммуникациях и связях с общественностью	23	5	1	4	18	Анализ кейсов, решение ситуационных задач
2.	Стратегии управления цифровыми технологиями в профессиональной деятельности по связям с общественностью	23	5	1	4	18	Решение ситуационных задач, анализ кейсов
3.	Разработка стратегии коммуникации бренда в digital-среде	23	5	1	4	18	Разработка мини-проекта

4.	Цифровые инструменты PR Tech в деятельности специалиста по связям с общественностью	23	5	1	4	18	Решение ситуационных задач, анализ кейсов
5.	Традиционные и инновационные стратегии продвижения брендов: кейсы российских и зарубежных компаний	22	4		4	18	Анализ имеющихся кейсов
6.	Искусственный интеллект (ИИ) и другие направления цифровой трансформации в PR	22	4		4	18	Анализ имеющихся кейсов
7.	Социальные сети как инструмент коммуникации для PR-специалистов	22	4		4	18	Анализ имеющихся кейсов
8.	Подготовка и защита коммуникационной стратегии бренда	22	2		2	20	Представление и защита итоговых работ в формате мультимедиа
	В целом по дисциплине	180	34	4	30	146	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого %	100%	19%	12%	88%	81%	

*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Общие сведения о развитии информационных технологий в коммуникациях и связях с общественностью	1. Этапы развития информационных технологий 2. Информационная технология и продукт 3. Информационное общество 4. Роль телекоммуникаций и технологий 5. Концепции известных теоретиков 6. Цифровые коммуникации 7. Влияние технологий на трансформацию PR-индустрии. Рекомендуемые источники из раздела 8: 4, 5, 7 Рекомендуемые источники из раздела 8 (дополнительная литература): 1, 2	Анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 2. Стратегии управления цифровыми	1. Понятие о цифровом маркетинге и PR. 2. PRTech как экосистема цифровых сервисов.	Решение ситуационных за-

ми технологиями в профессиональной деятельности по связям с общественностью	3. Формирование персональной цифровой экосистемы. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,9 Рекомендуемые источники из раздела 8 (дополнительная литература): 5	дач, анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 3. Разработка стратегии коммуникации бренда в digital-среде	1. Стратегии работы с социальными сетями и блогосферой. 2. План коммуникаций в digital-среде. 3. Целевые аудитории, ключевые сообщения, спикеры. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,6 Рекомендуемые источники из раздела 8 (дополнительная литература): 3	Разработка мини-проекта, групповая дискуссия
Тема 4. Цифровые инструменты PR Tech в деятельности специалиста по связям с общественностью	1. PR Tech как совокупность ИТ-решений. 2. Основные категории PR Tech. 3. Использование нейронных сетей в PR. Рекомендуемые источники из раздела 8: 2, 8 Рекомендуемые источники из раздела 8 (дополнительная литература): 2, 5	Анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 5. Традиционные и инновационные стратегии продвижения брендов: кейсы российских и зарубежных компаний	1. Влияние PR-кампаний на бизнес-показатели 2. Анализ технологий и цифровых инструментов успешных PR-кампаний 3. Кризисные кейсы Рекомендуемые источники из раздела 8: 1,9 Рекомендуемые источники из раздела 8 (дополнительная литература): 4	Решение ситуационных задач, анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 6. Искусственный интеллект (ИИ) и другие направления цифровой трансформации в PR	1. Автоматизация рутинных PR-процессов. 2. Персонализация коммуникаций с помощью ИИ. 3. Предиктивная аналитика в PR-стратегиях. Рекомендуемые источники из раздела 8: 3,9 Рекомендуемые источники из раздела 8 (дополнительная литература): 4	Решение ситуационных задач, анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 7. Социальные сети как инструмент коммуникации для PR-специалистов	1. Планирование маркетинга в социальных сетях. 2. Особенности SMM и социальных сетей в российском сегменте Интернета. 3. Специфика продвижения в Telegram, VK. Рекомендуемые источники из раздела 8: 1, 8 Рекомендуемые источники из раздела 8 (дополнительная литература): 3	Решение ситуационных задач, анализ кейсов, групповая дискуссия
Тема 8. Подготовка и защита коммуникационной стратегии бренда	Представление и защита итоговых работ в формате мультимедиа.	Представление и защита итоговых работ в формате мультимедиа.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем	Перечень вопросов, отводимых на самостоятель-	Формы внеаудитор-
------------------	---	-------------------

(разделов) дисциплины	ное освоение	ной самостоятельной работы
Тема 1. Общие сведения о развитии информационных технологий в коммуникациях и связях с общественностью	1. Ключевые этапы развития информационных технологий в сфере коммуникаций и связей с общественностью. 2. Ключевые технологии и инструменты, используемые в современных PR-кампаниях для взаимодействия с аудиторией. 3. Влияние появления социальных сетей на стратегии PR и коммуникации компаний. 4. Отличие между традиционными и цифровыми методами PR. 5. Как информационные технологии способствуют повышению эффективности управления репутацией бренда. 6. Вызовы и риски, связанные с использованием новых технологий в PR. 7. Перспективы развития информационных технологий в области PR в ближайшие 5-10 лет.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка практической работы; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 2. Стратегии управления цифровыми технологиями в профессиональной деятельности по связям с общественностью	1. Анализ ключевых стратегий управления цифровыми технологиями в PR 2. Оценка влияния социальных медиа на PR-стратегии и коммуникацию с аудиторией 3. Изучение методов мониторинга и анализа данных для оценки эффективности PR-кампаний 4. Определение роли контент-маркетинга в управлении цифровыми технологиями в PR 5. Разработка рекомендаций по интеграции новых технологий в существующие PR-процессы 6. Исследование вызовов и рисков, связанных с использованием цифровых технологий в PR 7. Прогнозирование будущих тенденций в управлении цифровыми технологиями в сфере связей с общественностью	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка практической работы; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 3. Разработка стратегии коммуникации бренда в digital-среде	1. Анализ целевой аудитории и ее особенностей в digital-среде 2. Определение ключевых сообщений и ценностного предложения бренда 3. Изучение каналов коммуникации и их эффективности для продвижения бренда 4. Оценка методов мониторинга и анализа результатов коммуникационной стратегии в digital-среде	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка практической работы; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 4. Цифровые инструменты PR Tech в деятельности специалиста по связям с общественностью	1. Изучение основных цифровых инструментов PR Tech и их функций 2. Анализ роли социальных медиа в PR Tech и их влияние на коммуникацию с аудиторией 3. Оценка эффективности использования аналитических инструментов для мониторинга PR-кампаний 4. Определение методов автоматизации процессов в	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка практической работы; - поиск информации в

	PR и их преимущества 5. Исследование кейсов успешного применения PR Tech в различных отраслях 6. Прогнозирование будущих тенденций в использовании цифровых инструментов PR Tech	сети Интернет по заданной теме
Тема 5. Традиционные и инновационные стратегии продвижения брендов: кейсы российских и зарубежных компаний	1. Сравнение традиционных и инновационных стратегий продвижения брендов на примерах российских и зарубежных компаний 2. Анализ успешных кейсов использования инновационных подходов в продвижении брендов и их влияние на восприятие аудитории	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка практической работы; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 6. Искусственный интеллект (ИИ) и другие направления цифровой трансформации в PR	1. Изучение применения искусственного интеллекта в PR для анализа данных и прогнозирования общественного мнения 2. Анализ влияния цифровых технологий на стратегии коммуникации и взаимодействия с аудиторией 3. Оценка возможностей автоматизации процессов в PR и их влияние на эффективность работы специалистов 4. Исследование кейсов успешного внедрения ИИ и цифровых решений в PR-кампании российских и зарубежных компаний	- подготовка практической работы; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 7. Социальные сети как инструмент коммуникации для PR-специалистов	1. Анализ основных социальных сетей и их особенностей для PR-стратегий 2. Изучение методов взаимодействия с аудиторией через социальные сети и их влияние на имидж бренда 3. Оценка эффективности контент-маркетинга в социальных сетях для продвижения PR-кампаний 4. Исследование кейсов успешного использования социальных сетей в кризисном PR 5. Определение роли аналитики и мониторинга в управлении репутацией бренда в социальных сетях	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка к дискуссии по теме; - подготовка практической работы; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме
Тема 8. Подготовка и защита коммуникационной стратегии бренда	1. Изучение ключевых элементов, необходимых для разработки эффективной коммуникационной стратегии бренда 2. Анализ методов оценки и мониторинга эффективности коммуникационной стратегии после ее реализации 3. Определение подходов к управлению кризисными ситуациями в рамках коммуникационной стратегии бренда	- подготовка практической работы; - поиск информации в сети Интернет по заданной теме

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерные темы контрольных работ

1. Влияние социальных медиа на стратегии PR: анализ успешных кейсов.

2. Использование больших данных для оптимизации PR-кампаний: возможности и вызовы.
3. Роль автоматизации в управлении коммуникациями: преимущества и недостатки.
4. Этика и безопасность в цифровом PR: современные вызовы и решения.
5. Технологии искусственного интеллекта в PR: как они меняют подходы к взаимодействию с аудиторией.
6. Анализ эффективности контент-маркетинга в социальных сетях для продвижения бренда.
7. Проблемы и перспективы внедрения цифровых технологий в PR-стратегии российских компаний.
8. Кризисный PR в эпоху цифровизации: как технологии помогают управлять репутацией.
9. Сравнительный анализ традиционных и цифровых методов PR: что работает лучше?
10. Будущее PR в условиях цифровой трансформации: тренды и прогнозы на ближайшие годы.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной

Таблица 5

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотношенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
Способность использовать прикладное программное обеспечение при решении профессиональных задач (УК-4)	1. Использует основные методы и средства получения, представления, хранения и обработки данных. 2. Демонстрирует владение профессиональными пакетами прикладных программ. 3. Выбирает необходимое прикладное программное обеспечение в зависимости от решаемой задачи. 4. Использует прикладное программное обеспечение для решения конкретных прикладных задач.	1. Знать: основные методы и средства получения, представления, хранения и обработки данных. Уметь: эффективно применять эти методы и средства для решения профессиональных задач. 2. Знать: функциональные возможности профессиональных пакетов прикладных программ, используемых в своей области. Уметь: демонстрировать владение этими программами в процессе выполнения задач. 3. Знать: критерии выбора прикладного программного обеспечения в зависимости от специфики решаемой задачи. Уметь: выбирать и обосновывать выбор необходимого ПО для достижения поставленных целей. 4. Знать: принципы применения прикладного программного обеспечения для решения конкретных задач в своей профессиональной деятельности. Уметь: использовать приклад-	Задание 1 Разработать проект по автоматизации процесса обработки данных в PR-кампании с использованием прикладного программного обеспечения. Включить в проект следующие элементы: - Определение целей и задач автоматизации. - Выбор подходящего программного обеспечения для обработки данных. - Создание пошагового плана внедрения и настройки выбранного ПО. - Оценка ожидаемой эффективности автоматизации на основе конкретных показателей. Задание 2 Создать презентацию, в которой будет продемонстрировано использование прикладного программного обеспечения для анализа эффективности PR-кампании. Включить в презентацию: - Описание используемых инструментов и методов анализа. - Примеры собранных данных и их визуализация. - Выводы о результатах кампании и рекомендации по улучшению.

		ное ПО для выполнения задач, обеспечивая высокое качество и эффективность работы.	
Способность релевантно решаемым задачам использовать информационные ресурсы и информационно-коммуникационные технологии для достижения целей, связанных с профессиональной деятельностью, обучением, участием в жизни общества и других сферах жизни (УК-15)	1. Самостоятельно выбирает и использует цифровые средства общения, осуществляет поиск и/или создание контента в соответствии с целью взаимодействия, в том числе для организации совместной деятельности. 2. Владеет навыками организации взаимодействия и коммуникации с помощью информационных систем и/или цифровых сервисов и технологий. 3. Осуществляет подбор и применение различных информационно-коммуникационных средств для решения образовательных и профессиональных задач.	1. Знать: различные цифровые средства общения и их функциональные возможности. Уметь: самостоятельно выбирать и использовать эти средства для поиска и создания контента, соответствующего целям взаимодействия и организации совместной деятельности. 2. Знать: основные принципы и методы организации взаимодействия и коммуникации с использованием информационных систем и цифровых технологий. Уметь: эффективно организовывать взаимодействие и коммуникацию в рамках проектов, используя соответствующие информационные сервисы и технологии. 3. Знать: критерии и методы подбора информационно-коммуникационных средств для решения образовательных и профессиональных задач. Уметь: применять различные информационно-коммуникационные средства для достижения конкретных целей в своей профессиональной деятельности и обучении.	Задание 1 В группе из 4 человек создать контент, используя цифровые средства общения, на одну из следующих тем: экологические инициативы, социальные проекты или культурные мероприятия. Распределить обязанности по следующим направлениям: - Исследовать целевую аудиторию и определить её интересы. - Выбрать подходящие цифровые средства для создания контента. - Разработать концепцию и визуальное оформление поста или инфографики. - Подготовить краткое описание, объясняющее выбор контента и его цели. Задание 2 Организовать виртуальную встречу для обсуждения актуальной темы, связанной с учебной или профессиональной деятельностью. Распределить обязанности по следующим направлениям: - Определить тему встречи и цели обсуждения. - Подготовить список участников и разослать приглашения. - Создать повестку встречи, включая ключевые вопросы для обсуждения. - Провести встречу, обеспечивая активное участие всех участников и фикси-

			руя основные выводы.
Способность использовать современные технические средства и информационно-телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных продуктов (ПКН 7)	1.Использует оборудование и программное обеспечение для производства коммуникационных продуктов. 2. Адаптирует коммуникационные продукты под требования каналов распространения массовой информации.	1. Знать: основные виды оборудования и программного обеспечения, используемого для производства коммуникационных продуктов. Уметь: эффективно применять это оборудование и ПО для создания высококачественных коммуникационных материалов. 2. Знать: требования различных каналов распространения массовой информации к коммуникационным продуктам. Уметь: адаптировать созданные коммуникационные продукты под эти требования, обеспечивая их успешное распространение и восприятие аудиторией.	Задание 1 В группе из 4 человек разработать коммуникационный продукт (видеоролик, инфографику или рекламный пост) с использованием современных технических средств и программного обеспечения. Распределить обязанности по следующим направлениям: - Исследовать и выбрать подходящее оборудование и ПО для создания продукта. - Разработать концепцию и сценарий (для видеоролика) или макет (для инфографики/рекламного поста). - Создать и смонтировать продукт, учитывая технические и художественные аспекты. - Подготовить презентацию о процессе создания и используемых инструментах. Задание 2 Адаптировать созданный в первом задании коммуникационный продукт для трех различных каналов распространения (например, социальные сети, веб-сайт, печатные материалы). Распределить обязанности по следующим направлениям: - Изучить требования и особенности каждого из выбранных каналов (формат, длина, стиль и т.д.).

			- Внести изменения в продукт, чтобы он соответствовал требованиям каждого канала. - Подготовить отчет, описывающий процесс адаптации и обоснование внесенных изменений.
--	--	--	--

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Ключевые этапы развития информационных технологий в коммуникациях
2. Основные характеристики информационного общества
3. Влияние цифровых технологий на традиционные методы PR
4. Преимущества использования информационных технологий в PR
5. Роль телекоммуникаций в современном PR
6. Эффективные стратегии управления цифровыми технологиями в PR
7. Оценка влияния цифровых технологий на PR-стратегии
8. Риски, связанные с внедрением новых технологий в PR
9. Роль обучения и повышения квалификации в управлении цифровыми технологиями
10. Инструменты для управления проектами в области PR
11. Ключевые элементы стратегии коммуникации бренда
12. Определение целевой аудитории для коммуникационной стратегии
13. Методы оценки эффективности коммуникационных стратегий в digital-среде
14. Роль социальных сетей в стратегии коммуникации бренда
15. Факторы, которые необходимо учитывать при разработке контента для digital-среды
16. Основные цифровые инструменты PR Tech
17. Помощь аналитических инструментов в оценке PR-кампаний
18. Преимущества использования автоматизации в PR
19. Инструменты для мониторинга упоминаний бренда в СМИ
20. Роль контент-маркетинга в PR Tech
21. Актуальные традиционные стратегии продвижения брендов
22. Примеры успешных инновационных стратегий в PR
23. Изменение подходов к продвижению брендов в социальных медиа
24. Типовые ошибки при реализации PR-кампаний
25. Оценка успеха PR-кампании на основе кейсов

Примеры заданий промежуточной аттестации

Задание 1. Анализ информационных технологий в PR.

Цель: Оценить знание этапов развития информационных технологий и их влияние на PR.

Описание задания:

Написать эссе объемом 800-1000 слов, в котором:

- Определить ключевые этапы развития информационных технологий в коммуникациях.
- Проанализировать, как эти технологии изменили подходы к связям с общественностью.
- Привести примеры использования современных технологий в PR-кампаниях российских и зарубежных компаний.

Критерии оценки:

- Глубина анализа и понимание темы.
- Примеры и обоснования.
- Структура и логика изложения.

Задание 2. Разработка стратегии коммуникации бренда

Цель: Научиться разрабатывать стратегию коммуникации для бренда в digital-среде.

Описание задания:

Выбрать реальный бренд и разработать рекомендации по корректировке стратегии его коммуникации в digital-среде. В рамках задания необходимо:

- Определить целевую аудиторию и ключевые сообщения.
- Выбрать подходящие каналы коммуникации (социальные сети, блоги и т.д.) и обосновать свой выбор.
- Составить план действий по запуску PR-кампании, включая использование цифровых инструментов PR Tech.

Критерии оценки:

- Полнота и обоснованность стратегии.
- Креативность и оригинальность предложений.
- Практическая применимость и реалистичность плана.

Пример экзаменационного билета

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)

Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса

Дисциплина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR»

Факультет Социальных наук и массовых коммуникаций

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1 вопрос (10 баллов)

Пример

Опишите основные этапы развития информационных технологий в коммуникациях и их влияние на PR-индустрию.

2 вопрос (15 баллов)

Пример

Каковы ключевые элементы стратегии коммуникации бренда в digital-среде? Приведите примеры целевых аудиторий и ключевых сообщений.

3 вопрос (35 баллов) практико-ориентированное задание

Пример

Вы разработали PR-кампанию для нового ИТ-продукта – сервиса транскрибации и саммари-зации онлайн-конференций, который будет представлен на рынке. Вам необходимо:

1. Определить целевую аудиторию и сформулировать ключевые сообщения.
2. Выбрать подходящие коммуникационные каналы и обосновать свой выбор.
3. Создать план действий для запуска кампании, включая использование цифровых инструментов PR Tech.

Подготовил: доцент

_____ Никитин Андрей Анатольевич

Утверждаю:

Заведующий Кафедрой

массовых коммуникаций и медиабизнеса

_____ Молодцов Игорь Николаевич

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Введение в инфокоммуникационные технологии : учебное пособие / Л.Г. Гагарина, Г.А. Кузнецов, Е.М. Портнов, А.А. Доронина ; под ред. д-ра техн. наук, проф. Л.Г. Гагариной. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 339 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1189946. - ISBN 978-5-16-019457-8. — ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2107311> (дата обращения: 21.01.2025). — Текст : электронный.
2. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник / Д. А. Шевченко. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 185 с. : ил., табл. — ISBN 978-5-4499-3059-0. — DOI 10.23681/686507. - ЭБС Университетская библиотека online. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507> (дата обращения: 21.01.2025). — Текст : электронный.

Дополнительная литература

3. Джефкинс, Ф. Пабрик рилейшнз: Учебное пособие для вузов / Ф. Джефкинс, Д. Ядин; Перевод с англ. под ред. Б.Л. Еремина. - Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 416 с. – ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028534> (дата обращения: 21.01.2025). - Текст : электронный.
4. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2021. – 165 с. – ISBN 978-5-00172-088-1 - ЭБС Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612079> (дата обращения: 21.01.2025). – Текст : электронный.
5. Осипова, Е. А. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства : монография / Е. А. Осипова. - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. - ISBN 978-5-16-103663-1. – ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/523516> (дата обращения: 17.01.2025). - Текст : электронный.
6. Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата : монография / Б.Е. Токарев. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 264 с. - ISBN 978-5-9776-0572-4. – ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2081679> (дата обращения: 21.01.2025). - Текст : электронный.
7. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5a0a8c777462e8.90172645. - ISBN 978-5-16-020622-6. – ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2186207> (дата обращения: 21.01.2025). - Текст : электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОН-ЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Контрольная работа направлена на выявление знаний студентов по рассматриваемой теме и степени форсированности компетенций.

Контрольная работа представляет собой аналитический отчет по результатам авторского исследования по заданной тематике. Объем не более 15 листов страницы А4.

Структура отчета: Введение (актуальность темы, разработанность проблемы, обоснование и описание замысла исследования. Далее под каждую исследовательскую задачу должен быть составлен отдельный раздел, в конце выводы и корректный список литературы. Приложение: программа, база данных и визуализация результатов. Далее разработанная контрольная работа обсуждается на семинаре.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11. 1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используются

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-технические условия проведения лекционных занятий обеспечиваются аудиториями, оснащенными компьютерами на платформе Intel, проекторами, а также маркерными досками.

Материально-технические условия проведения практических занятий обеспечиваются компьютерные классы, оснащенные персональными компьютерами (компьютер, проектор, экран) на платформе Intel (AMD или аналогичной), выделенными серверами на платформе Intel (AMD), объединенные в локальную сеть университета и имеющие доступ к глобальной сети Интернет оборудованных проектором. Презентационная техника.