

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра журналистики

УТВЕРЖДАЮ
проректор

«16» апреля 2026 г. П.А. Машаров
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И PR

Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00	Средства массовой информации и информационно- библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа бакалавриата	
Направление подготовки	42.03.01	Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы		Реклама и связи с общественностью
Квалификация		Бакалавр
Форма обучения		Очная, заочная

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины **«Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR»** для обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №512 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:

Ст. препод. кафедры журналистики

Е.А. Кухаренко

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики.
Протокол от 27.03.2026 г. № 8

Заведующий кафедрой

И.М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета
Протокол от 15.04.2026 г. № 4.
Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной
программы, д-р наук по соц. ком., доц.
14.04.2026 г.

И.М. Артамонова

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: Введение в специальность, Теория и практика связей с общественностью, Основы рекламоведения.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Креатив в рекламе и связях с общественностью: проектирование рекламного продукта, Имиджевые стратегии в рекламе и PR, Современный рекламный и PR-текст, Производственная практика: профессионально-творческая, Производственная практика: преддипломная, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Профиль: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.Б.10 Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR
Часть образовательной программы	Базовая (обязательная) часть
Количество зачетных единиц / всего часов	4 / 144

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	1	2	34	–	34	76	144	зачет
Очная, всего								
Заочная	2	3	6	–	6	132	144	зачет

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR» – ознакомить студентов с использованием инструментария современных информационно-коммуникационных средств в практике выполнения профессиональных обязанностей, сформировать системное представление об организации деятельности новых медиа, специфике коммуникации в виртуальном пространстве.

**4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ
ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ
И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ**

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	ОПК-6.2.1. Знает: технологию применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-6.2.2. Умеет: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-6.2.3. Владеет: навыком применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Раздел 1. Виды, формы и перспективы ИКТ в рекламной и PR-сферах	
Тема 1. Современные информационно-коммуникационные тенденции в рекламе и PR	1.1. Функции рекламы, связей с общественностью и СМК. 1.2. Современные рекламные и PR-тенденции информационно-коммуникационной среды. 1.3. Изменения потребностей и запросов целевой аудитории. 1.4. Реклама и PR эпохи «виртуального погружения». История возникновения, особенности создания и распространения MR-, AR-, VR- контента.
Тема 2. Интернет-пространство как площадка реализации рекламных и PR-проектов	2.1. Реализация массового рекламного и PR контента в сети. 2.2. Атрибутивные особенности интернет-

	рекламы, сетевого PR: интерактивность, мультимедийность и гипертекстовость. Основные навыки, используемые для работы в социальных сетях и блогах. 2.3. Интернет-ресурсы, которые используют специалисты сферы рекламы, PR и медиа.
Тема 3. Эффективные инструменты информационно-коммуникационных технологий: мемы, хайп, инфлюенс	3.1. Специфика воздействия мема и его интеграция в рекламу и PR. 3.2. Способы создания и вариации хайпового контента. 3.3. Тренды инфлюенс-маркетинга и основы работы с блогерами. 3.4. Современные трендовые ИК инструменты.
Раздел 2. ИК средства реализации рекламного и PR-процессов	
Тема 4. Технологии real-time PR и репутация бренда личности, организации	4.1. Мгновенное реагирование на повестку дня: как раскрутить вирусный-PR, не испортив репутацию. 4.2. Использование вирусного PR и хайпа в коллаборациях брендов.
Тема 5. Новые ИК возможности интернет-платформ и методы противодействия интернет-агрессии	5.1. Новые информационно-коммуникационные возможности текстового, графического, аудио-, видеоконтента. 5.2. Технологии влияния на целевую аудиторию UGC (User-generated content) и игрового контента.
Тема 6. Технологии презентационных проектов. Информационно-коммуникационная нагрузка QR-кодов	6.1. Конвергенция в медиасфере. 6.2. Новейшие технологии кодирования и декодирования информации рекламной и PR-направленности через O2O: QR-коды.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Виды, формы и перспективы ИКТ в рекламной и PR-сферах	16	-	16	40	72
Тема 1. Современные информационно-коммуникационные тенденции в рекламе и PR	4	-	4	16	24
Тема 2. Интернет-пространство как площадка реализации рекламных и PR-проектов	6	-	6	12	24
Тема 3. Эффективные инструменты информационно-коммуникационных технологий: мемы, хайп, инфлюенс	6	-	6	12	24
Раздел 2. ИК средства реализации рекламного и PR-процессов	18	-	18	36	72
Тема 4. Технологии real-time PR и	6	-	6	12	24

репутация бренда личности, организации					
Тема 5. Новые ИК возможности интернет-платформ и методы противодействия интернет-агрессии	6	-	6	12	24
Тема 6. Технологии презентационных проектов. Информационно-коммуникационная нагрузка QR-кодов	6	-	6	12	24
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	34	-	34	76	144

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Виды, формы и перспективы ИКТ в рекламной и PR-сферах	3	-	3	68	74
Тема 1. Современные информационно-коммуникационные тенденции в рекламе и PR	1	-	1	23	25
Тема 2. Интернет-пространство как площадка реализации рекламных и PR-проектов	1	-	1	23	25
Тема 3. Эффективные инструменты информационно-коммуникационных технологий: мемы, хайп, инфлюенс	1	-	1	22	24
Раздел 2. ИК средства реализации рекламного и PR-процессов	3	-	3	64	70
Тема 4. Технологии real-time PR и репутация бренда личности, организации	1	-	1	21	23
Тема 5. Новые ИК возможности интернет-платформ и методы противодействия интернет-агрессии	1	-	1	21	23
Тема 6. Технологии презентационных проектов. Информационно-коммуникационная нагрузка QR-кодов	1	-	1	22	24
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП	6	-	6	132	144

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1

1. Понятия «коммуникационный», «ИКТ».
2. Общие характеристики сбора, хранения, обработки, передачи информации. Информационные системы и технологии.
3. Построение информационного общества.
4. Интернет. Адресация в Интернет.
5. Службы Интернет. WWW-страницы.
6. Защита информации.
7. Методы защиты информации в сети.
8. Виды текстовых редакторов.

9. Текстовый процессор: назначение и основные функции.
10. Основные структурные элементы HTML.
11. Заголовки. Абзацы. Логические разделы.
12. Отображение предварительно отформатированного текста.
13. Списки: маркированные, нумерованные.
14. Создание гиперссылок.
15. Добавление графических элементов.
16. Таблицы. Атрибуты тегов таблицы.
17. Создание и форматирование сводной таблицы.

Раздел 2

18. Алгоритмическая дистрибуция контента.
19. Эволюция брендинга.
20. Телеграммизация, ютубизация, тиктокизация рекламной и PR-коммуникации.
21. Экосистемы и суперприложения/супераппы.
22. Омниканальный маркетинг. Центральная точка omnichannel-стратегии.
23. Объемное представление рекламного и PR-контента в виртуальной, дополненной или смешанной реальности.
24. Инклюзивность ИК процессов.
25. QR-коды в рекламе и PR.
26. Виды QR-кодов и примеры применения
27. Статический и динамический QR-код.
28. QR-коды как связующие элементы виртуального цифрового и аналогового физического миров.
29. Построение стратегии QR-кода для бизнеса.
30. Онлайн-тесты, -квизы, -викторины –ИКТ для вовлечения целевой аудитории.
31. Мемы, инфлюенс – эффективные инструменты ИКТ

7.2 Темы письменных работ (типы задач)

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 2, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	20
	Контрольная работа по теоретическому материалу	50
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 3, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное
-----------------	------------	--------------

		количество баллов
1-2	Организационно-учебная работа в аудитории	30
	Самостоятельная работа	20
	Контрольная работа по теоретическому материалу	50
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в аудиториях 1-го корпуса (ул. Университетская, 24), учебно-методическом кабинете (ауд. 111) 3-го учебного корпуса (ул. Щорса, 17) университета. Для проведения лекционных и практических занятий требуется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для студентов, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры информационных систем управления (ауд. 206а).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Основы информационных технологий : учебное пособие / С. В. Назаров, С. Н. Белоусова, И.А. Бессонова [и др.]. - 3-е изд. - Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 530 с. - ISBN 978-5-4497-0339-2. - Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/89454.html>.
2. Современные информационные технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Л. Серветник [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2014. — 225 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63246.html>.

11.2. Дополнительная литература

3. Василькова И.В. Основы информационных технологий в Microsoft Office 2010 [Электронный ресурс] : практикум / И.В. Василькова, Е.М. Васильков, Д.В. Романчик. — Электрон. текстовые данные. — Минск: ТетраСистемс, 2012. — 143 с. — 978-985-536-287-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28169.html>.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).