

*Лаврова Екатерина Васильевна*

магистрант

*Научный руководитель*

*Гронская Ирина Анатольевна*

канд. социол. наук, доцент, доцент

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
педагогический университет»

г. Новосибирск, Новосибирская область

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ЦИФРОВЫМ  
ТЕХНОЛОГИЯМ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ 42.03.01  
«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

*Аннотация:* в статье рассматриваются проблемы обучения цифровым технологиям студентов-бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью» на примере дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии». На основе анализа рабочих программ дисциплин авторами выявлено ключевое противоречие: большинство запланированного к изучению программного обеспечения является недоступным в данный момент на территории Российской Федерации, мало опирается на отечественные разработки, а существующие задания ориентированы на освоение инструментов с технической стороны, вне контекста реальных профессиональных задач рекламиста. В качестве решения предлагается пересмотр методики преподавания через внедрение практико-ориентированного подхода. Обоснованием данного подхода служит разработанная авторами программа дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) «Цифровые инструменты для анализа данных в работе рекламиста», построенная на актуальных профессиональных стандартах и реальных кейсах рекламной индустрии.

*Ключевые слова:* цифровые технологии в рекламе, практико-ориентированное обучение, импортозамещение ПО.

Современная рекламная индустрия и сфера связей с общественностью, как и многие другие сферы, претерпевают постоянную цифровую трансформацию. Сейчас успех профессионала напрямую зависит от того, насколько полноценно он использует информационные технологии для решения рабочих задач, насколько хорошо он идет в ногу со временем. Это касается не только сбора и анализа данных, но и создания контента и автоматизации коммуникаций. Поэтому особую важность приобретает дисциплина «Информационно-коммуникационные технологии» при подготовке бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Анализ образовательной практики показывает, что содержание и методика преподавания этой дисциплины не всегда соответствуют изменениям на рынке и имеют ряд недостатков.

Среди проблем обучения цифровым технологиям исследователи обращают внимание, что включение технологий искусственного интеллекта, с одной стороны, отражает соответствие актуальным запросам рынка, с другой стороны, снижают учебную активность и сужают процесс освоения профессиональных навыков; отмечают актуальность импортозамещения [2, с. 609]. Кроме того, отмечается наличие диспропорций применения цифровых технологий и в различных отраслях экономики [4, с. 290]. При этом многие авторы сходятся во мнении, что цифровые технологии способствуют росту мотивации и вовлеченности студентов как во время обучения [5, с. 742], так и во время адаптации к рынку труда [1, с.152; 3, с. 120].

Цель этой статьи – определить основные проблемы, связанные с преподаванием информационно-коммуникационных технологий бакалаврам направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью», а также предложить методологический подход к решению этих проблем, основанный на практико-ориентированном подходе и соответствии современным стандартам профессии. В качестве материала для анализа использована рабочая программа дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии», утвержденная в ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный педагогический университет» и авторская программа

повышения квалификации «Цифровые инструменты для анализа данных в работе рекламиста».

Рабочая программа «Информационно-коммуникационные технологии» состоит из восьми тем и рассчитана на 144 часа, из которых 104 часа отведены на самостоятельную работу обучающихся. На наш взгляд, программа содержит несколько недостатков, которые могут негативно сказаться на качестве обучения.

1. Некоторое программное обеспечение на данный момент не доступно в России.

Содержание дисциплины включает изучение технологий обработки текстовой, табличной информации, создания презентаций на примере продуктов MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, а также зарубежных онлайн-сервисов (Prezi, Padlet, LearningApps, Plickers), которые на момент написания статьи существенно ограничили свою деятельность на территории Российской Федерации. Обучение студентов инструментам, которые они не смогут легально и полноценно использовать в своей будущей профессиональной деятельности или в процессе обучения представляется методически нецелесообразным. Соответственно, перед преподавателями стоит задача подобрать подходящие замены.

2. Отсутствие профессионального контекста и рекламных кейсов.

Анализ тем показывает, что изучение инструментов, представленных в рабочей программе, происходит преимущественно с технической точки зрения. Основное внимание уделяется интерфейсу, функциям и возможностям программного обеспечения. Задания, такие как редактирование текстовой информации (на примере отчетов по практике и курсовых работ), безусловно, полезны для формирования общепользовательской компетенции. Однако они не моделируют реальную профессиональную деятельность рекламиста.

Будущий специалист не получает представления о том, как, например, инструменты Excel используются для анализа эффективности рекламной кампании или как навыки визуализации данных помогают в создании убедительной презентации для клиента.

Как отмечается в нормативных документах, разработка образовательных программ, в том числе дисциплин, должна опираться на профессиональные стандарты. Для направления «Реклама и связи с общественностью» ключевым ориентиром, особенно в части информационных технологий, является профессиональный стандарт 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу» (область 06 «Связь, информационные и коммуникационные технологии»). Содержание дисциплины «Информационно-коммуникационные технологии» должны быть напрямую связаны с такими трудовыми функциями как «Проведение аналитических исследований с использованием программных средств», «Управление данными», «Обработка и анализ маркетинговой информации».

Иными словами, принцип практико-ориентированности требует, чтобы учебные задания моделировали реальные профессиональные ситуации. Это позволяет сформировать у студентов не просто знание функции «суммирования» в Excel, а понимание того, как рассчитать бюджет кампании, или как с помощью сводных таблиц сегментировать аудиторию.

В связи с вышеизложенным, была разработана программа повышения квалификации «Цифровые инструменты для анализа данных в работе рекламиста», объемом 72 часа и размещена на платформе MOOK ФГБОУ ВО «НГПУ». Материалы данной программы помогут также сократить дисбаланс между малым количеством часов контактной работы и большим объёмом самостоятельной работы, предусмотренным в программе «Информационно-коммуникационные технологии».

При разработке материалов особое внимание было уделено практической составляющей курса. Каждый модуль включает не только теоретический материал, но и практические задания, которые помогают слушателям закрепить полученные знания. Используемые инструменты отвечают требованиям доступности программного обеспечения.

В процессе работы были созданы следующие типы учебных материалов:

Тема 1. Данные в рекламе.

Метрики эффективности рекламы и источники данных. Глоссарий. Тестирование по теме 1. Полезные ресурсы (ссылки на интернет-источники).

Тема 2. Проектирование опроса.

Методология организации и проведения онлайн-опросов. Сервис Яндекс.Формы. Пример опроса. Практическая работа 1. Пример квиза. Практическая работа 2. Тестирование по теме 2.

Тема 3. Введение в Excel.

Назначение программы MS Excel. Структура окна программы. Основные понятия. Перемещение табличного курсора. Способы выделения фрагментов элементов электронной таблицы. Понятие ссылки на ячейку. Относительная ссылка. Практическая работа 3. Абсолютная ссылка. Смешанная ссылка. Практическая работа 4. Понятие функции. Ввод функции. Практическая работа 5. Импорт CSV/XLSX в Excel. Нормализация данных. Практическая работа 6. Тестирование по теме 3. Полезные ресурсы (ссылки на интернет-источники).

Тема 4. Аналитические формулы (теоретический материал).

Закрепление области электронной таблицы. Фильтрация данных. Сортировка данных. Базовые аналитические функции. Практическая работа 7. Тестирование по теме 4. Полезные ресурсы (ссылки на интернет-источники).

Тема 5. Визуализация данных в Excel: диаграммы и дашборды

Создание диаграмм. Структура диаграммы. Виды диаграмм. Шаги построения диаграммы. Практическая работа 8. Тестирование по теме 5. Полезные ресурсы (ссылки на интернет-источники).

Тема 6. Сводные таблицы.

Сводные таблицы. Как сделать сводные таблицы в Excel: пошаговая инструкция. Практическая работа 9. Тестирование по теме 6. Полезные ресурсы (ссылки на интернет-источники).

Итоговое тестирование.

При разработке материалов курса использовались пошаговые видео и текстовые инструкции с иллюстрациями, практические кейсы, примеры с разбором

решений, тесты для самопроверки. Курс размещен в системе Moodle, что позволяет обеспечить удобный и быстрый доступ к учебным материалам, организовать эффективный сбор обратной связи, а также автоматизировать процесс проверки заданий.

Практические работы в курсе имеют четкую профессиональную цель. Например, слушатели не просто учатся фильтровать данные, а работают с выгрузкой из рекламной системы. Они не просто осваивают создание диаграмм, а строят дашборд эффективности рекламной кампании. Методика подачи материала «от простого к сложному» в каждом модуле позволяет поэтапно формировать компетенции, востребованные профессиональным стандартом 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу».

Разработанная программа «Цифровые инструменты для анализа данных в работе рекламиста» успешно решает проблему импортозамещения ПО и сокращает дисбаланс между теорией и практикой в формате самостоятельной работы. Использование образовательной платформы Moodle и методики «от простого к сложному» позволяет автоматизировать контроль результатов обучения и освоения актуальных цифровых навыков.

Такой подход позволит сформировать у будущих рекламистов не просто технические навыки, а востребованные цифровые компетенции, обеспечив их конкурентоспособность на рынке труда и соответствие актуальным квалификационным требованиям.

### ***Список литературы***

1. Ваганова О.И. Развитие цифровых компетенций у студентов вузов в условиях трансформации рынка труда / О.И. Ваганова, К.А. Лукианова, В.А. Писарева // Известия Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота: психолого-педагогические науки. – 2026. – № 1(75). – С. 151–157. – DOI 10.46845/2071-5331-2026-1-75-151-157. – EDN TXSQOY

2. Галаган Т.А. Применение цифровых образовательных сервисов в интерактивном обучении / Т.А. Галаган, Н.Е. Марков // Современное образование: интеграция образования, науки, бизнеса и власти. Технологический суверенитет:

новые модели инженерного образования, развитие и повышение конкурентоспособности университетов: материалы международной научно-методической конференции, Томск, 30–31 января 2025 года. – Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2025. – С. 608–612. – EDN RQVMGJ

3. Гронская И.А. Интеграция искусственного интеллекта в обучение специалистов по рекламе и связям с общественностью / И.А. Гронская, Е.В. Лаврова // Новая реальность: экономика, менеджмент, социальные коммуникации : материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Новосибирск, 16–17 апреля 2025 года. – Новосибирск: Новосибирский государственный педагогический университет, 2025. – С. 116–121. – EDN JSAITU

4. Перспективы развития цифровых технологий в современных условиях / А.А. Безвесильная, М.В. Козлов, В.Е. Брыксин, Н.В. Грищенко // Инновации и инвестиции. – 2026. – № 2. – С. 290–292. – EDN VTJMJG

5. Сучек М.Ю. Интерактивные цифровые платформы как инструмент активного обучения студентов / М.Ю. Сучек, С.А. Кондрякова // Эффективные практики профориентационной работы в образовательных организациях : сборник материалов V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Якутск, 12 февраля 2026 года. – Киров: Межрегиональный центр инновационных технологий в образовании, 2026. – С. 742–746. – EDN LEAXXR