

УДК 004:378

Е. В. Шевчук

E. V Shevchuk

Шевчук Елена Владимировна, к. т. н., доцент, НГПУ, г. Новосибирск, Россия.

Shevchuk Elena Vladimirovna, Candidate of Sciences (Technical), docent, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia.

ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

FEATURES OF TEACHING THE DISCIPLINE «DIGITAL TECHNOLOGIES»

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы, касающиеся содержания и технологий преподавания дисциплины «Цифровые технологии» с учетом особенностей специальностей и направлений подготовки студентов. Представленное исследование направлено на выявление новых подходов к формированию цифровых компетенций студентов вузов в цифровую эпоху.

Annotation. This article examines the content and teaching methods of the Digital Technologies course, taking into account the specifics of students' specialties and fields of study. This study aims to identify new approaches to developing digital competencies in university students in the digital age.

Ключевые слова: качество образования, формирование цифровых компетенций, цифровая трансформация общества.

Keywords: quality of education, development of digital competencies, digital transformation of society.

Цифровая трансформация различных сфер общественной жизни, в широком смысле – реализация цифровой экономики, является современным форматом развития государственного управления всего общества в целом [1, 2]. Ориентация на формирование цифровой экономики является глобальным процессом и представляет собой наиболее значимое, актуальное и динамическое направление развития нашей страны.

В связи с этим формирование цифровых компетенций у студентов становится одним из приоритетных направлений в современной системе образования.

Цифровые компетенции представляют собой набор знаний, навыков и умений, необходимых для эффективного использования цифровых технологий в профессиональной и личной жизни. Они, как правило, базово включают в себя умение работать с цифровыми устройствами и программным обеспечением; способность искать, анализировать и обрабатывать цифровую информацию; умение создавать и распространять цифровой контент; навыки онлайн-коммуникации и сотрудничества.

Формирование системы цифровых компетенций у обучающихся является одной из важнейших и актуальнейших задач современных вузов, которая влияет на многие важнейшие аспекты качества образования в целом. Наличие современных цифровых компетенций позволяет студентам более эффективно учиться, осуществлять поиск объективной, достоверной и актуальной информации, мыслить нестандартно и решать проблемы творчески, развивает критическое мышление и креативность, и в итоге повышает конкурентоспособность выпускника на рынке

В условиях цифровой трансформации общества цифровые технологии играют ключевую роль в различных отраслях и сферах деятельности. В связи с этим вопросы, касающиеся методик и технологий преподавания, а также содержания дисциплины «Цифровые технологии» с учетом особенностей различных специальностей и направлений становятся все более актуальными для ученых, методистов и педагогов [3-6].

Представленное исследование направлено на выявление новых подходов к формированию цифровых компетенций студентов вузов в цифровую эпоху. Актуальность настоящего исследования базируется на требованиях современного рынка труда в квалифицированных специалистах, владеющих навыками работы в цифровой среде, в условиях многозадачности, способными постоянно повышать свой уровень квалификации и цифровой грамотности, что в свою очередь служит залогом развития и конкурентоспособности социально-экономического комплекса всех регионов страны [3, 4].

Дисциплина «Цифровые технологии» направлена на формирование у студентов знаний и навыков использования современных цифровых технологий в профессиональной сфере. Основными задачами преподавания дисциплины является подготовка обучающихся к применению современных цифровых технологий для решения профессиональных, образовательных и научно-исследовательских задач, повышение информационной и цифровой культуры, в том числе понимания основ правовых аспектов, касающихся цифровизации общества, изучение современных тенденций развития цифровых технологий

Содержание и методы преподавания дисциплины, по мнению автора настоящей статьи, должны иметь базовую составляющую и вариативную, учитывающую особенности будущей профессиональной деятельности студентов.

Так, например, в процессе преподавания дисциплины студентам технических специальностей целесообразно уделять внимание специализированным инструментам и технологиям (системы управления базами данных, сети и безопасность и др.), вопросам интеграции цифровых технологий в производственные процессы; студентам экономических специальностей необходимо акцентировать вопросы применения цифровых технологий для управления бизнес-процессами; инструментов электронного маркетинга и электронной коммерции; студентам гуманитарных направлений необходимо уделять внимание вопросам использования цифровых технологий в создании и распространении контента; онлайн-коммуникации и т.д.

Рассмотрим более подробно особенности преподавания дисциплины «Цифровые технологии» на примере направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Необходимо учесть, что последствием цифровизации стала трансформация набора профессиональных компетенций выпускников направления «Реклама и связи с общественностью» [7, 8]. Современным специалистам требуется сочетать гуманитарную подготовку с уверенностью использования цифровых инструментов. Профессиональные компетенции специалиста по рекламе и связям с общественностью в цифровой среде формируются на пересечении технологических инструментов и практических задач. Каждая группа компетенций опирается на конкретные цифровые решения, которые расширяют аналитические возможности, повышают качество создаваемого контента и обеспечивают управляемость коммуникационных процессов.

Контентная и операционная составляющие деятельности специалиста также претерпевают значительные изменения под влиянием цифровых технологий. Инструменты для создания графических, текстовых и аудиовизуальных материалов позволяют повышать качество продукции и адаптировать её к разнообразным площадкам. При работе с цифровыми платформами особое значение приобретают навыки настройки таргетинга, управления сообществами и оптимизации кампаний, что требует глубокого понимания логики цифровых алгоритмов и особенностей поведения аудитории. Важными показателями эффективности становятся не только творческие решения, но и достигнутые охваты, конверсии, стабильность роста и стоимость контакта, что делает работу более измеримой и структурированной.

Не менее значимым оказывается проектный и коммуникационный аспект деятельности. Современные сервисы совместной работы, системы управления проектами и инструменты документооборота создают условия для прозрачного и организованного взаимодействия внутри команды и с внешними партнёрами. От специалиста ожидается умение координировать процессы, поддерживать стабильный темп работы и обеспечивать соблюдение сроков. Эффективность деятельности в этом блоке проявляется через удовлетворённость клиента, чёткость рабочих процедур и способность поддерживать конструктивное взаимодействие. Наряду с очевидными преимуществами, широкое использование информационных технологий в рекламе и связях с общественностью формирует и значительный круг профессиональных вызовов, которые становятся всё более заметными по мере усложнения цифровой среды. Одним из наиболее обсуждаемых факторов выступает информационная перегрузка аудитории: пользователи ежедневно сталкиваются с большим объёмом сообщений, и конкурировать за их внимание становится сложнее. Избыточное количество контента ведёт к снижению доверия к коммуникационным материалам, поскольку потребитель начинает воспринимать цифровую среду как перенасыщенную и агрессивную. В условиях постоянного потока рекламных предложений и новостей аудитория становится более выборочной и критичной. Дополнительным риском является вероятность нарушения конфиденциальности персональных данных, особенно в ситуациях, когда технологии сбора информации используются без достаточной прозрачности. Персонализированные сообщения способны создавать у пользователя впечатление чрезмерного контроля со стороны бренда, вызывая усталость, ощущение давления и сопротивление. В связи с этим в профессиональную сферу всё активнее внедряются принципы этичного обращения с данными, защитой которых регулируются и правовые, и моральные нормы. Растёт запрос на прозрачность коммуникаций, честность в отношении методов обработки информации и уважение к личному пространству

аудитории. Эти изменения постепенно формируют новую культуру взаимодействия между брендом и пользователем, основанную на доверии и ответственности.

Перспективы дальнейшего развития информационных технологий в сфере рекламы связаны с расширением применения искусственного интеллекта и машинного обучения. Уже на текущем этапе алгоритмы используются в закупке рекламного инвентаря, автоматической генерации текстов, создании визуальных материалов и прогнозировании реакции аудитории на те или иные коммуникационные решения. Подобные инструменты повышают скорость работы, уменьшают вероятность технических ошибок и дают возможность анализировать значительно большие массивы данных. Однако даже при высокой степени автоматизации специалист сохраняет ведущую роль, поскольку именно он определяет стратегические ориентиры, формирует концепцию кампании, интерпретирует результаты анализа и принимает решения, требующие профессиональной ответственности. В ближайшие годы можно ожидать дальнейшего укрепления «гибридных» команд, в которых человеческая экспертиза будет сочетаться с возможностями алгоритмов. Подобный формат позволяет объединить аналитическую точность технологий и способность человека учитывать социальные контексты, эмоциональные нюансы и долгосрочные ценностные ориентиры, что создаёт более устойчивую коммуникационную стратегию для брендов.

Цифровые технологии постепенно становятся центральным элементом профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Они обеспечивают точность планирования, оперативность выполнения задач и измеримость результатов, что формирует новую модель работы, ориентированную на постоянную адаптацию и персонализированное взаимодействие с аудиторией. Однако успешное использование этих технологий зависит не только от наличия инструментов, но и от уровня подготовки специалиста, его умения критически оценивать данные, понимать ограничения алгоритмов и сохранять внимание к гуманитарной составляющей коммуникации. Баланс между технологическими возможностями и социальной ответственностью становится ключевым условием эффективной деятельности, а конкурентоспособность специалиста в современном профессиональном пространстве определяется сочетанием технологической грамотности, аналитического мышления и глубокого понимания природы человеческого общения.

В качестве вывода можно отметить, что преподавание дисциплины «Цифровые технологии» на современном этапе обязательно требует учета особенностей специальностей и направлений подготовки студентов. Это позволит студентам получить необходимые знания и навыки для успешного применения цифровых технологий в своей будущей профессиональной деятельности, что является основой конкурентоспособности будущего специалиста в современной цифровой среде.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 7 мая 2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года». – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/73986> (дата обращения: 26.11.2025). – Текст : электронный.
2. Стратегия развития информационного общества в РФ на 2017-2030 годы – URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41919> (дата обращения : 26.11.2025). – Текст : электронный.

3. Лапушинская, Г. К. Формирование профессиональных компетенций специалистов и трудоустройство: точки соприкосновения в условиях цифровой экономики / Г. К. Лапушинская, Д. Г. Зыбин, А. В. Антоновский – Текст : электронный. // Прикладная психология и педагогика. – 2024. – №. 1. – С. 26-35. – DOI: <https://doi.org/10.12737/2500-0543-2024-9-1-26-35> (дата обращения: 28.11.2025).
4. Жуковская, И. Е. Цифровые компетенции как неотъемлемая часть подготовки специалистов в условиях современных вызовов. / И. Е. Жуковская // Открытое образование. – 2025. – № 29 (5). – С. 12-21. – DOI: <https://doi.org/10.21686/1818-4243-2025-5-12-21> (дата обращения: 28.11.2025).
5. Дробахина, А. Н. Организация обучения студентов непрофильных специальностей в области искусственного интеллекта / А. Н. Дробахина – Текст: непосредственный. // Цифровые трансформации в образовании (E-Digital Siberia'2023) : Материалы VII Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 20 апреля 2023 года. – Новосибирск: Сибирский государственный университет путей сообщения, 2023. – С. 117-122. – EDN FHWXLN.
6. Полякова, А. И. Формирование цифровых компетенций преподавателей профессионального образования в процессе разработки цифровых портфолио / А. И. Полякова, А. Н. Дробахина – Текст : непосредственный. // XXV Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета : Материалы конференции, Нижневартовск, 04-05 апреля 2023 года / Под общей редакцией Д.А. Погонышева. Том Часть 3. – Нижневартовск: Нижневартовский государственный университет, 2023. – С. 128-132. – EDN XHMFVW.
7. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров, С. А. Самойленко; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации. – Москва: Дело, 2024. – 518 с. – Текст : непосредственный.

8. Павлов, Н. В. Система цифрового маркетинга: монография / Н. В. Павлов, Т. А. Дмитриева. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2022. – URL: <https://elib.spbstu.ru/dl/5/tr/2022/tr23-65.pdf> (дата обращения: 22.11.2025). – Текст: электронный.

© Шевчук Е. В., 2026