

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Институт иностранных языков

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Образовательная программа
45.04.02 «Лингвистика», профиль «ТЕОРИЯ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (PR)»
(наименование образовательной программы (профиль, специализация))

Наименование дисциплины	Мультимедийные технологии
Объём дисциплины	2 ЗЕ (72 часа)
Краткое содержание дисциплины	
Название разделов (тем) дисциплины	Краткое содержание разделов (тем) дисциплины:
Теория коммуникации и международные связи с общественностью: мультимедийные парадигмы в data driven новой реальности	Новая реальность и трансформации практик и теории коммуникации и международных связей с общественностью. Императивы теории и практик коммуникации и PR: конвергенция, трансгрессивная медиатизация. Понятие и актуальные модели интегрированной, стратегической, бренд-коммуникации. Понятие комплицитности. Иммерсия как базовая технология эффективной коммуникации и связей с общественностью. Понятия и генезис мультимедиа. Мультимедийные технологии в структуре теории и практик коммуникации и PR в цифровой data driven инфосфере: сущность, модели, метрики эффективности.
Мультимедийные технологии в структуре теории и практик коммуникации и связей с общественностью: стратегии и дизайн	Мультимедийные технологии как инструмент коммуникации и связей с общественностью. Презентация базисного субъекта PR с помощью мультимедийных технологий. Типология мультимедиа. Мультимедийные технологии в PR. Веб-презент компании. Сайт, лендинг. Интернет и интранет системы. Блогинг корпоративный и личный. Подкастинг. Видкастинг. Инфографика. Гейминг. Мультимедийные проекты СМИ. Понятие мультимедийной журналистики. Дата журналистика. Стратегии и дизайн мультимедийного проекта/кампании. Оценка эффективности (SMART, количественные, качественные методы).
Методология создания мультимедийного проекта	Современные подходы к созданию, тестированию, оптимизации и реализации мультимедийного PR-проекта/кампании. Цели, целевые аудитории, ценности как первичное MVP проекта. Структура мультимедийного PR проекта. Технологический цикл создания проекта. Бриф клиентский и агентский. Блок схема проекта. Методики разработки проекта для решения проблемы целевой аудитории: дизайн-мышление для мультимедийного PR проекта. Job-to-be-Done (Job as a progress). Создание портрета целевой аудитории по методике JTBD. Понятие agile

	<p>проектирования. Хакерские стратегии и тактики проектирования в PR. Scrum. Kanban. Scrumban. Lean start up. Анализ параметров эффективности и выбор оптимальной мультимедийной технологии для проекта PR.</p>
<p>Мультимедийный проект в интернете: голосовой помощник, чат-бот, CGI как амбассадоры бренда</p>	<p>Персонализация коммуникации как условие эффективности мультимедийного PR проекта. Специфика виртуальной персонализации. Понятие виртуального инфлюенсера бренда. Искусственный интеллект для создания мультимедийного инфлюенсера. Голосовой помощник как мультимедийная технология и инструмент PR. Чат бот как технология PR. Специфика, типология ботов. Бриф на разработку бота. Особенности MVP для чат бота. Коммуникативная специфика чат бота. Проектирование, тестирование, оценка эффективности, оптимизация чат-бота. Computer Generated Influencer (CGI) как мультимедийная технология. Генезис, типология CGI. Коммуникативные особенности CGI как амбассадора бренда. Метрики оценки эффективности проектов виртуальных амбассадоров.</p>
<p>Мультимедийный текст как инструмент коммуникации с аудиторией</p>	<p>Коммуникативный акт и мультимедийный коммуникативный акт. Понятие текста, медиатекста, мультимедийного текста. Виртуальный и мультимедийный текст: общее и особенное. Экстралингвистические, семантические, когнитивные, лингвистические особенности мультимедийного текста. Типологии мультимедийных текстов по различным основаниям. Типология мультимедийных текстов по контенту. Особенности функционирования мультимедийного текста. Структура мультимедийного текста PR . Трансформации институт авторства. Автор как медиатор. Текст в интернете. Трансформации субъектности моделей коммуникации в веб. Мультимедийный User Generated Content в PR. Нативный, вирусный текст. Social Media Release как формат PR текста: структура, параметры эффективности.</p>
<p>Инновационные парадигмы развития мультимедийных технологий</p>	<p>Интерактивная иммерсия как эффективная технология PR. Технологии погружения: AR, VR, MR. Видео 360⁰. Мультимедийные арт-инструменты. Блокчейн-технологии, NFT в PR. Метавселенные как площадка, технология, инструмент мультимедийной коммуникации для PR. Специфика технологий и особенности сценарных подходов к проектированию иммерсивной коммуникации. Новейшие форматы текстов для иммерсивных мультимедийных проектов. Особенности измерения эффективности мультимедийных иммерсивных технологий, проектов, кампаний.</p>

Разработчиком является к. филол. н., доцент кафедры теории и практики иностранных языков ИИЯ **Л.А. Егорова**

Директор ИИЯ



Н.Л.Соколова