

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/444158>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Связи с общественностью

Введение 3

Глава 1 Тенденции развития современного общества: информационный аспект 5

1.1 Развитие цифровых технологий как тенденция современного социума 5

1.2 Искусственный интеллект в современном обществе: роль, функции 9

Глава 2 Аспекты искусственного интеллекта в профессиональной деятельности PR-специалиста 15

2.1 Искусственный интеллект и оптимизация ресурсов PR-менеджера (примеры) 15

2.2 Проблемы при внедрении систем на основе искусственного интеллекта в PR-деятельность 20

Заключение 24

Список использованных источников 26

В нашу электрическую эпоху мы видим себя всё более и более переводимыми в форму информации и идущими в сторону технологического расширения сознания... Помещая с помощью электрических средств коммуникации свои физические тела в свои вынесенные наружу нервные системы, мы приводим в действие динамический процесс, в ходе которого все прежние технологии, являющиеся просто-напросто расширениями рук, ступней, зубов и механизмов поддержания температуры тела - все эти расширения наших тел, включая города, - будут переведены в информационные системы» (М. Маклюэн)

Данный текст, на мой взгляд, о тенденциях современного общества. Появление компьютеров Интернет привело к тому, что общество из индустриального превратилось в информационное. Усложнение производства, всех сфер жизни, изменение скорости привело к потребности в знаниях и созданию новых инструментов удовлетворения данных потребностей.

Как полагает Маклюэн, сегодня мир - интегрированный социум, члены которого получают информацию мгновенно, вне зависимости от их местоположения. Такая теория носит название «глобальной деревни». И данное понятие сегодня применимо к Интернету. Физическое расстояние между коммуникаторами не играет огромной роли для самого общения. Нет границ во времени и пространстве. Культуры сближаются, становятся понятны другие мировоззрения, ценности и традиции. Скорость обмена информацией увеличивается, сама информация распространяется крайне быстро и реагировать на события в мире можно мгновенно.

Следующей ступенью развития мира является интегрированный социум, члены которого получают информацию мгновенно, вне зависимости от их местоположения. Такая теория носит название «глобальной деревни». И данное понятие сегодня применимо к Интернету. Физическое расстояние между коммуникаторами не играет огромной роли для самого общения. Нет границ во времени и пространстве. Культуры сближаются, становятся понятны другие мировоззрения, ценности и традиции. Скорость обмена информацией увеличивается, сама информация распространяется крайне быстро и реагировать на события в мире можно мгновенно.

Маклюэн говорит о том, что безграничное развитие информации приводит к тому, что люди вовлекаются в дела других, как будто это их собственные проблемы. И действительно, люди обсуждают в Интернете события в других государствах. Чувство сопричастности, которое дает Интернет, не является давно чем-то невозможным. На сегодняшний день это реально.

Как проявляется приоритет информационных систем? Мы видим ответ в любой сфере. Так, в различных странах мира идет процесс становления цифрового правительства как следующий этап развития электронного правительства. Для него характерны такие признаки, как открытость, доступность, прозрачность, удобство и простота использования. На практике деятельность цифрового правительства экономит ресурсы, минимизирует административные методы работы чиновников государственного аппарата, так как при цифровом правительстве граждане не имеют прямых контактов с ними, а основные транзакции идут через Интернет. Данный фактор может позитивно повлиять на снижение коррупции государственного аппарата.

Электронный этап развития общества влияет и на рекламу: выходит на новый уровень таргетированная и контекстная реклама, что позволяет проще маркетологам лучше работать с целевой аудиторией, а так её

увеличением.

Для производителей и экономистов разрабатываются прогностические программы при помощи искусственного интеллекта (ИИ). Первым он поможет в производстве более качественного продукта, это будет огромным плюсом для компаний производящих авто или электронную технику, после проверки ИИ даст результат какая из деталей больше подвержена износу и поломке. Экономистам ИИ поможет в оценке рисков, участии на бирже, где важно на сколько в цене вырастут или упадут акции компании. Ещё одной немаловажной технологией является ИИ в области логистики, склады будут формировать не под людей, а под искусственный интеллект, это значительно сократит затраты на обслуживание помещений и оплату труда.

Одной из главных функций ИИ является помощь человеку в обработке большого потока данных. Поэтому одним из глобальных трендов является сектор рынка услуг и туризма. Это всевозможные голосовые помощники, переводчики, возможность совершить дистанционное путешествие, посещение онлайн-музея, круглосуточные чат-боты в мессенджерах, на сайтах и приложениях компаний, позволяющие потребителю разобраться или помочь с решением проблемы, не прибегая к помощи живого специалиста. Аналогичные технологии используются и в сфере рынка товаров.

Применение компьютерных технологий является неотъемлемой частью и работы журналиста. Форма предоставления информации значительно изменилась и отличается от традиционных СМИ. С помощью интернет-ресурсов журналисты имеют возможность получать, обрабатывать и распространять информацию, так как интернет не имеет каких-либо территориальных границ. Интернет-журналистика играет важную роль в развитии масс-медиа, продолжая создавать особые базы для развития рекламы и PR внутри себя. Образованное общество подстраивается под жизненные реалии, развивается вместе с новыми технологиями, а это означает, что журналистика также будет развиваться с ними в одном направлении. Сегодня медиа-сеть не может обойтись без трех специализаций: контент - строитель (обычно журналист), организатор контента (здесь есть более широкий список профессий, с редактором, дизайнером, режиссером, издателем и частью продюсеров), менеджер (не обязательно директор-как бренд-менеджер). Рассмотрим характеристики 5-ой технологической революции. Причина совершения 5-ой технологической революции – распространение цифровых инноваций, которые так изменили модель человеческого развития, что электронные платежные системы, интернет-магазины, различные электронные сервисы стали неотъемлемыми атрибутами современной жизни.

1) Указ Президента РФ от 10.10.2019 N 490 (ред. от 15.02.2024) "О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации" (вместе с "Национальной стратегией развития искусственного интеллекта на период до 2030 года")// https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_335184/ (дата обращения 02.04.2024)

2) Аджей А., Голдфарб А. Искусственный интеллект на службе бизнеса // М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019

3) Архангельская, И. Б. Герберт Маршалл Маклюэн: от исследования литературы к теории медиа. М., 2018.

4) Асеева И.А. Искусственный интеллект и большие данные: этические проблемы практического использования. (Аналитический обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 8, Науковедение: Реферативный журнал. 2022. № 2. С. 89-98.

5) Буклемишев О.В. Искусственный интеллект в общественном секторе //Вопросы экономики. 2022. № 6. С. 91-109.

6) Захарцев С. И., Литвинов Н. Д., Сальников В. П., Чернявский В. С. Искусственный интеллект в механизме развития человеческой цивилизации// ЮРИДИЧЕСКАЯ НАУКА: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ. 2021. Сю 47-73

7) Косыхин В.Г. Перспективы технологического мышления и научно-исследовательской деятельности в технократическую эпоху // Мысль: Журнал Петербургского философского общества. 2020. Т. 22. С. 7-17.

8) Лопухова А.К., Попов Д.Г. Вопросы искусственного интеллекта в профессиональной деятельности PR-специалиста//АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ НАУКИ. Сборник научных трудов. Том Вып. 17. Санкт-Петербург, 2022. С. 115-120

9) Маклюэн, Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. М., 2003.

10) Мошелла Д. Путеводитель по цифровому будущему: Отрасли, организации и профессии // М.: Альпина Паблишер, 2020

11) Нечаева Д.С. Как искусственный интеллект воздействует на технологии PR и рекламы // Информационно-Коммуникация-Общество. 2020. Т. 1. С. 170-174.

12) Орлов М.О. Конфликтотенный потенциал социальной коммуникации в цифровую эпоху // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2019. Т. 35. № 3. С. 485-496.

- 13) Садовая А.В. Инновационные технологии искусственного интеллекта в профессиональной коммуникации PR-менеджера//ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ: МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ. Сборник статей участников V Международной научно-практической конференции. Москва, 2020. С. 192-194
- 14) Серебряков В. Г. Глобальные тренды развития искусственного интеллекта в экономике//XXXIV Международная научно-практическая конференция: «Научное пространство: актуальные вопросы, достижения и инновации». 2021. С. 38-40
- 15) Тонковидова А. В. Стратегический прорыв в отрасли связей с общественностью: внедрение искусственного интеллекта// Человекоориентированное управление: будущее цифрового общества : сборник статей по итогам Национальной научно-практической конференции с международным участием. Санкт-Петербург, 18–19 мая 2023 г. В двух частях Часть 2 / под ред. д-ра экон. наук, проф. И.А. Максимцева, д-ра экон. наук, проф. В.К. Потемкина. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2023. С. 132-140
- 16) Шестан В. Б., Михтадов Р. Э. История искусственного интеллекта//НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ. Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Том Часть 1. 2020. С. 53-55

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurovaya-rabota/444158>