**Компьютерные технологии в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью.**

*Информационная технология*(ИТ) представляет собой процесс, использующий совокупность методов и программно-технических средств, обеспечивающих сбор, обработку, хранение и передачу информации во всех сферах человеческой деятельности.

*Целью информационной технологии* является производство информации для ее анализа человеком и принятия на ее основе решения по выполнению какого-либо действия. Современные информационные технологии основаны на применении вычислительной техники и сетевых технологий, высоком уровне пользовательского интерфейса, активном участии пользователей в информационном процессе, широком использовании пакетов прикладного программного обеспечения в различных предметных областях.

Уровень профессиональной подготовки специалиста любого профиля в современном обществе во многом определяется его умением ориентироваться в информационных потоках, способностью получать, обрабатывать и использовать информацию при помощи вычислительной техники, компьютерных сетей, современного программного обеспечения. Не исключением является и PR-деятельность.

При проведении *исследований*информационные технологии применяются для сбора и анализа полученной информации и включают в себя:

· системы проектирования опросов;

· системы проведения телефонных опросов;

· системы проведения Internet-опросов;

· системы индивидуального интервьюирования;

· программное обеспечение для обработки результатов анкетирования;

· технологии анализа и визуализации результатов исследований.

Для проведения *медиаисследований*и *медиапланирования*разработаны системы сбора и анализа данных о теле- и радиоаудитории, прикладное программное обеспечение для медиапланирования, использующее базы данных, полученных в результате медиаизмерений.

Современные *телекоммуникационные технологии*включают в себя работу в локальных и глобальных компьютерных сетях, использование информационных ресурсов, таких, как электронная почта, WWW и др. Развитие Internet-технологий открыло новую область рекламной деятельности - рекламу в Internet, возможности которой стремятся использовать все возрастающее число организаций в разных сферах человеческой деятельности.

Для хранения, поиска и выдачи информации по запросам конечных пользователей используются *системы управления базами данных.*Они могут содержать информацию о целевой аудитории, о результатах мониторинга СМИ, о клиентах рекламного агентства, о конкурентах и т. д.

В PR-деятельности также находят применение и информационные технологии принятия решений, экспертные системы, технологии автоматизации офисной деятельности.