

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Искусственный интеллект в маркетинге и коммуникациях

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 2688
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Соколова Ирина
Ивановна
Дата: 20.05.2025

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины (модуля) являются:

- формирование систематизированных знаний об основных тенденциях в области искусственного интеллекта;
- формирование систематизированных знаний о методах разработки и реализации интеллектуальных систем обработки данных, способах и технологиях анализа данных в новых медиа.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся навыков:

- освоение базовых концепций и понятий в области искусственного интеллекта;
- ознакомление с историей развития и современными тенденциями в AI;
- изучение различных алгоритмов и методов машинного обучения;
- освоение практических навыков создания и настройки интеллектуальных систем для обработки и анализа данных.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-5 - Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ;

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

ПК-3 - Способен использовать цифровые системы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации digital-стратегии компании.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

- основные информационно-коммуникационные технологии, современные компьютерные технологии, аппаратное и программное обеспечение, понятие и основные свойства информации, методы поиска, получения, обработки, анализа и синтеза информации;

- специфику современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий, применяемых в профессиональной журналистской деятельности;

- основные концепции, методы и этические принципы применения искусственного интеллекта в маркетинге и коммуникациях, включая машинное обучение, обработку естественного языка (NLP), компьютерное зрение и генеративные модели.

Уметь:

- выбирать и применять адекватные информационные технологии для решения практических задач профессиональной деятельности, выбирать методы, соответствующие целям и задачам исследования, использовать современные информационные технологии и технические средства., осуществлять поиск необходимой информации, анализировать полученную информацию и принимать решения на основе полученной информации;

- применять системный подход для решения поставленных задач профессиональной деятельности

- применять инструменты искусственного интеллекта для анализа потребительского поведения, персонализации маркетинговых коммуникаций, генерации контента и оценки эффективности digital-кампаний.

Владеть:

- навыком работы с компьютером как средством получения и обработки информации, использования современных информационно-коммуникационных технологий, работы с современными техническими средствами., поиска, обработки, анализа, синтеза информации при решении задач профессиональной деятельности;

- навыком применения системного подхода для решения поставленных задач;

- навыками практического использования AI-платформ и сервисов (например, для автоматизации контент-маркетинга, чат-ботов, прогнозной аналитики) с учётом требований к защите персональных данных и профессиональной этике.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 96 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Введение в искусственный интеллект и его применение в рекламе и PR Рассматриваемые вопросы: основные понятия ИИ, история развития технологий, основные области применения в маркетинговых коммуникациях
2	Машинное обучение для анализа поведения потребителей Рассматриваемые вопросы: типы машинного обучения, методы сегментации аудитории, прогнозирование реакции целевой аудитории на рекламные кампании
3	Нейросети в создании креативного контента Рассматриваемые вопросы:

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	генерация текстов, изображений и видео с помощью нейросетевых моделей, примеры успешных кейсов использования AI в креативных задачах
4	Персонализация рекламных сообщений с использованием ИИ Рассматриваемые вопросы: механизмы персонализации контента, динамическая подстройка рекламных материалов под интересы конкретного пользователя
5	Анализ социальных сетей и мониторинг репутации с помощью ИИ Рассматриваемые вопросы: инструменты автоматического анализа тональности упоминаний бренда, выявление ключевых тем обсуждений
6	Чат-боты и голосовые помощники в PR и рекламе Рассматриваемые вопросы: создание и управление чат-ботами, технологии естественного языка, кейсы использования в клиентском сервисе
7	Прогнозирование трендов и анализ рынка с помощью ИИ Рассматриваемые вопросы: инструменты предиктивной аналитики, выявление потенциальных рыночных возможностей
8	Биг-дата и её использование в рекламных кампаниях Рассматриваемые вопросы: сбор, хранение и анализ больших объемов данных для оптимизации рекламных стратегий

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Создание промптов для генерации рекламных слоганов. В результате выполнения практического задания студент изучает особенности составления промптов для создания креативных слоганов, работает с текстовыми моделями и анализирует полученные результаты.
2	Разработка промптов для генерации контента в социальные сети. В результате выполнения практического задания студент осваивает навыки создания промптов для автоматической генерации постов с учетом стиля бренда и целевой аудитории.
3	Создание промптов для графических элементов рекламы В результате выполнения практического задания студент обучается составлению промптов для AI-инструментов для генерации визуального контента: баннеров, постеров, логотипов.
4	Создание промптов для автоматизации email-маркетинга. В результате выполнения практического задания студент разрабатывает промпты для написания персонализированных писем с учетом тональности и предпочтений целевой аудитории.
5	Анализ данных через промпты для машинного обучения. В результате выполнения практического задания студент получает опыт написания промптов для анализа больших массивов данных о поведении потребителей с использованием Python и Pandas.
6	Составление промптов для чат-ботов в PR-кампаниях. В результате выполнения практического задания студент учится создавать промпты для обучения чат-ботов на основе естественного языка и формировать диалоговые деревья.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
7	Генерация промптов для презентаций. В результате выполнения практического задания студент получает навыки создания структурированных промптов для генерации слайдов презентаций, включая текст и визуальные элементы.
8	Промпты для анализа тональности отзывов. В результате выполнения практического задания студент разрабатывает запросы для анализа отзывов пользователей с помощью нейросетевых моделей, выявляя положительные и отрицательные моменты.
9	Написание промптов для SEO-текстов. В результате выполнения практического задания студент получает навыки составления промптов для генерации SEO-текстов с учетом ключевых слов и семантического ядра.
10	Создание промптов для видео-контента. В результате выполнения практического задания студент разрабатывает промпты для сценариев видеороликов с учетом структуры, тональности и целевой аудитории.
11	Промпты для анализа конкурентной среды. В результате выполнения практического задания студент составляет запросы для анализа конкурентов и выявления их сильных и слабых сторон.
12	Генерация промптов для социальной рекламы. В результате выполнения практического задания студент учится создавать промпты для контента социальной рекламы, направленного на освещение социальных проблем.
13	Составление промптов для А/В тестирования рекламных материалов. В результате выполнения практического задания студент разрабатывает промпты для проведения А/В тестирования и анализа эффективности рекламных материалов.
14	Промпты для анализа поведения пользователей на сайте. В результате выполнения практического задания студент учится составлять запросы для анализа поведения пользователей с помощью инструментов веб-аналитики.
15	Генерация промптов для создания историй бренда. В результате выполнения практического задания студент разрабатывает промпты для создания историй бренда, формирующих эмоциональную связь с аудиторией.
16	Создание промптов для прогнозирования трендов. В результате выполнения практического задания студент составляет запросы для анализа данных и прогнозирования трендов с помощью предиктивной аналитики.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Воронов, М. В. Системы искусственного интеллекта : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 268 с.	https://urait.ru/bcode/544161 (дата обращения: 28.04.2025).Текст - электронный
2	Рабчевский, А. Н. Синтетические данные и развитие нейросетевых технологий : учебное пособие для вузов / А. Н. Рабчевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 187 с.	https://urait.ru/bcode/545036 (дата обращения: 28.04.2025).Текст - электронный

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Интернет-браузер - программа для просмотра веб-страниц (Яндекс. Браузер и др.).

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft Office

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и ПК с необходимым программным обеспечением и подключением к сети интернет.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

старший преподаватель кафедры
«Современные технологии
социально-экономического
образования»

А.В.Волошина

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ
и.о. заведующего кафедрой СТСЭО
Председатель учебно-методической
комиссии

М.Г. Данилина

И.И. Соколова

М.В. Ишханян