

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
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Искусственный интеллект в рекламе и пиар

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

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: 30.04.2025

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

ПК-2 - Способен разрабатывать и планировать комплекс мероприятий по реализации рекламной, PR- и GR-стратегий компаний, в том числе транспортных, с применением цифрового инструментария.

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

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

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

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

3. Объем дисциплины (модуля).**3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 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 №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	48	48

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 44 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: - 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

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
9	<p>Этика использования ИИ в рекламе и PR</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - этические аспекты применения технологий ИИ - защита персональных данных, прозрачность алгоритмов
10	<p>Автоматизация процессов в digital-маркетинге</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструменты автоматизации рутинных задач - оптимизация работы специалистов по рекламе и PR
11	<p>Измерение эффективности рекламных кампаний с помощью ИИ</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы оценки результативности - автоматический анализ KPI - корректировка стратегий в реальном времени
12	<p>Будущее ИИ в рекламе и PR: тренды и прогнозы</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ожидаемые изменения в отрасли - новые технологии и их возможное влияние на развитие рекламы и PR

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Создание промптов для генерации рекламных слоганов.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент изучает особенности написания промптов для создания креативных слоганов, работа с текстовыми моделями, анализ полученных результатов.</p>
2	<p>Разработка промптов для генерации контента в социальные сети.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент делают практическую работу по созданию промптов для автоматической генерации постов, учет стиля бренда и целевой аудитории.</p>
3	<p>Создание промптов для графических элементов рекламы.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент обучается составлению промптов для инструментов AI-графики для создания визуального контента: баннеров, постеров, логотипов.</p>
4	<p>Создание промптов для автоматизации email-маркетинга.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент занимается разработкой промптов для составления персонализированных писем, учет тонов общения и предпочтений аудитории.</p>
5	<p>Анализ данных через промпты для машинного обучения.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент изучает написание запросов для анализа больших массивов данных о поведении потребителей, использование Python и библиотек типа Pandas для интерпретации результатов.</p>
6	<p>Составление промптов для чат-ботов в PR-кампаниях.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент изучает создание промптов для обучения чат-ботов на основе естественного языка, формирование диалоговых деревьев для взаимодействия с клиентами.</p>
7	<p>Генерация промптов для презентаций.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент проводит работу над созданием структурированных промптов для автоматического составления слайдов презентаций, включая текстовое содержание и визуальные элементы.</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
8	Промпты для анализа тональности отзывов. В результате работы на практическом занятии студент изучает разработку запросов для анализа пользовательских отзывов с использованием нейросетевых моделей, выявление положительных и отрицательных моментов.
9	Написание промптов для SEO-текстов В результате работы на практическом занятии студент изучает создание промптов для генерации оптимизированных под поисковые системы текстов, учет ключевых слов и семантического ядра.
10	Создание промптов для видео-контента. В результате работы на практическом занятии студент проводит разработку промптов для генерации сценариев видеороликов, учет структуры, тональности и целевой аудитории.
11	Промпты для анализа конкурентной среды. В результате работы на практическом занятии студент изучает написание запросов для сбора и анализа данных о конкурентах, выявление их сильных и слабых сторон.
12	Генерация промптов для социальной рекламы В результате работы на практическом занятии студент изучает создание промптов для разработки контента социальной рекламы, направленной на повышение осведомленности о социальных проблемах.
13	Составление промптов для А/В тестирования рекламных материалов. В результате работы на практическом занятии студент изучает разработку промптов для сравнения эффективности различных вариантов рекламных материалов, анализ результатов.
14	Промпты для анализа поведения пользователей на сайте. В результате работы на практическом занятии студент создает запросы для анализа данных о поведении пользователей на сайте, использование инструментов веб-аналитики.
15	Генерация промптов для создания историй бренда. В результате работы на практическом занятии студент разрабатывает промпты для создания захватывающих историй бренда, которые помогут установить эмоциональную связь с аудиторией.
16	Создание промптов для прогнозирования трендов. В результате работы на практическом занятии студент пишет запросы для анализа данных и прогнозирования будущих трендов в рекламе и PR, использование инструментов 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).

Яндекс. Браузер

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения 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 6 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