

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:45:35
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

1

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.16 «Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией»

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных организациях

(наименование образовательной программы)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор-составитель РПД:

Лёвина С.А. канд. социол.н., доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой

Ким М.Н. д.филол.н. кафедра журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.В.16 «Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий СЗИУ РАНХиГС. Протокол № 4 от 9 апреля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

Дисциплина обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Дисциплина Б1.В.16 «Введение в искусственный интеллект и управление цифровой репутацией» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
	УК ОС-1	Способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	УК ОС-1.3	Систематизирует информацию, полученную в целях решения поставленной задачи по результатам самостоятельного поиска по широкому кругу источников	<p>УК ОС-1.3. 3-1. Знает конъюнктуру медийного рынка, мировые тенденции в киноиндустрии</p> <p>УК ОС-1.3. 3-2. Знает основные понятия и философские концепции</p> <p>УК ОС-1.3. 3-3. Знает связь философии с социальной практикой при организации рекламной кампании</p> <p>УК ОС-1.3. У-1. Умеет анализировать информацию из различных источников, определять ее степень достоверности, ориентироваться в новостном пространстве, информационном поле</p>

					УК ОС-1.3. У-2. Умеет изучать и анализировать отечественные и зарубежные источники информации по тематике создаваемых продуктов
	УК ОС-9	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	УК ОС-9.1	Использует информационные технологии для простейших экономических расчетов	УК ОС-9.1. 3-1. Знает принципы функционирования компьютеров, операционных систем, вычислительных сетей, общесистемного и прикладного программного обеспечения УК ОС-9.1. У-1. Умеет проектировать структуры данных и структурировать информацию УК ОС-9.1. У-2. Умеет вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах УК ОС-9.1. У-3. Умеет решать повседневные информационные задачи (создание текстов, презентаций, таблиц, баз данных)

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

1. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академ. часов.

Контактная работа с преподавателем 44 ч.

Лекции 16 ч.

Практические занятия 24 ч.

Каттэк 4 ч.

Самостоятельная работа 64 ч.

Место дисциплины.

Дисциплина относится к блоку 1, часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Курс базируется на теоретических знаниях, полученных в ходе изучения дисциплин «Цифровые технологии», «Введение в профессию», «Социология», а также на навыки работы, полученные на практике.

Дисциплина закладывает методологический фундамент для овладения дисциплинами: «Интернет-технологии в рекламе», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Введение в медиапланирование», «Работа с текстами в системе медиакommunikаций», «Управление проектами в рекламе и связях с общественностью».

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная/очно-заочная/заочная форма обучения (оставить нужное)

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)		СРкр	СРэк	СР			
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР				КЭ		Кат тэк
Л	ВЛ	ЛР	ПЗ											
Тема 1	Искусственный интеллект и машинное обучение понятия, история, сферы	17	2			4							11	УО

	применени я													
Тема 2	ИИ в создании и редактиро вании контента: нейрокопи райтинг и нейродиза йн	18	4			4							10	УО
Тема 3	Персонали зация коммуника ций и таргетиров ание на основе ИИ	17	2			4							11	Т
Тема 4	Понятие и стратегии управлени я цифровой репутацие й.	18	4			4							10	Т
Тема 5	Этические и правовые аспекты использова	17	2			4							11	Т

	ния ИИ в коммуникациях													
Тема 6	Комплексная стратегия внедрения ИИ в PR и рекламу	17	2			4							11	Т
Промежуточная аттестация		4							4					зачет
Итого		108	16			24			4				64	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

УО – устный опрос

Т - тест

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Искусственный интеллект и машинное обучение: понятия, история, сферы применения. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Знакомство с базовыми понятиями ИИ, историей его развития и ключевыми направлениями - машинное обучение, обработка естественного языка, компьютерное зрение. Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки. Интернет вещей.

Методы и технологии искусственного интеллекта. Машинное обучение, гибридная парадигма построения искусственных интеллектуальных систем. Возможности применения искусственного интеллекта в различных сферах жизни. Мифы и факты об искусственном интеллекте.

Применение ИИ в рекламе и связях с общественностью: чат-боты, автоматизация контента, таргетированная реклама. Примеры успешных кейсов внедрения ИИ в коммуникационных кампаниях.

Тема 2. ИИ в создании и редактировании контента: нейрокопирайтинг и нейродизайн. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Особенности работы с нейросетями, понятия нейрокопирайтинга и нейродизайна, роль специалиста.

Инструменты генерации текстового и визуального контента с помощью ИИ (Perplexity AI, YandexGPT, GigaChat, Gerwin, Kandinsky, Шедеврум и т.п.). Требования к промптам, практические навыки составления промптов, доработка контента, редактирования ИИ-контента под стиль бренда. Анализ этических и юридических аспектов использования нейросетей для создания креативов.

Тема 3. Персонализация коммуникаций и таргетирование на основе ИИ. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Принципы работы алгоритмов персонализации и таргетинга. Использование big data и ИИ для сегментации аудитории, прогнозирования поведения потребителей и автоматизации рекламных кампаний. Разбор инструментов медиапланирования с ИИ. SCAN - Система управления репутацией, мониторинга СМИ и соцмедиа. CatBoost от «Яндекс» — алгоритм, который позволяет прогнозировать показатели кампаний в digital с минимальной погрешностью. Polyana.ai — brandformance-платформа для работы с инфлюенсерами, которая включает функции медиапланирования, анализа аудитории и подбора блогеров для рекламных кампаний.

Тема 4. Понятие и стратегии управления цифровой репутацией. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Понятие цифровой репутации, её компоненты и факторы влияния. Инструменты мониторинга упоминаний бренда (Brand Analytics, YouScan и др.), sentiment analysis. Стратегии антикризисных коммуникаций с применением ИИ: прогнозирование репутационных рисков, автоматизация

ответов на негативные отзывы.

Репутация человека и репутация объекта или профессии. Правила создания цифровой репутации. Кто создает репутацию.

В чем разница между понятиями репутация и цифровая репутация. Сетевой этикет. Определение цифровой репутации. Составляющие цифровой репутации. Цифровой след + цифровая тень = цифровое облако.

Как определить хорошую или плохую цифровую репутацию. Влияние цифрового окружения. «Карты цифровой репутации».

Управление конфликтами в социальных сетях. Пирамида деловой репутации как инструмент по оценке репутационного ущерба в Сети.

Тема 5. Этические и правовые аспекты использования ИИ в коммуникациях. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Проблемы авторства и авторского права на контент, созданный нейросетями. Этические границы применения дипфейк-технологий, персонализации и сбора данных. Обзор российского и международного законодательства (GDPR, ФЗ «О персональных данных»).

Развитие систем информационной безопасности. Технические средства защиты. Системы защиты облачных сервисов и электронной почты. Защита дополнительных корпоративных сервисов. Средства защиты системы контроля доступа пользователя. Системы контроля доступа устройств к сети. Репутационные сервисы и SIEM-системы. IT-активы, управление паролями. Рекомендации по личной безопасности в интернете.

Тема 6. Комплексная стратегия внедрения ИИ в PR и рекламу. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Этапы разработки AI-стратегии для бренда: аудит текущих процессов, выбор инструментов, оценка ROI, обучение сотрудников. Кейсы успешного внедрения ИИ в коммуникационные стратегии российских и зарубежных компаний. Перспективы развития ИИ в рекламе и PR.

Понятие сетевой целевой аудитории. Универсальная методика по сегментации целевой аудитории в сети 5G. Поиск и анализ текущей аудитории в сети – это точка отсчета для выстраивания стратегии по управлению вашей цифровой репутацией. Составление эмоционального портрета сетевой целевой аудитории, различие аудиторий на различных сетевых площадках. Два пути управления сетевой целевой аудиторией: прямой и косвенный.

Виртуальная и дополненная реальность. Обзор возможностей и различий AR и VR-технологий. Использование VR-технологии. Кейсы с использованием AR-технологии. Как создаются VR и AR-проекты. Способы дистрибуции проектов и перспективы развития технологий.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине (*наименование*) входят в состав оценочных материалов по образовательной программе.

Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

тестирование, устный опрос

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1 Искусственный интеллект и машинное обучение понятия, история, сферы применения.

Вопросы для устного опроса:

1. Дайте определение искусственного интеллекта и назовите три основных направления его развития.

2. Какие исторические этапы можно выделить в развитии ИИ? Кратко охарактеризуйте каждый.

3. В чём преимущества и ограничения использования чат-ботов в коммуникации бренда с аудиторией?

Тема 2. ИИ в создании и редактировании контента: нейрокопирайтинг и нейродизайн

Вопросы для устного опроса:

1. Назовите три популярных инструмента для генерации текстов и три — для генерации изображений с помощью ИИ.
2. Какие ключевые элементы должен содержать эффективный промпт для создания рекламного баннера в Midjourney?
3. Каковы основные риски использования ИИ-сгенерированного контента в пиар-кампаниях? Приведите два примера.
4. Как проверить уникальность текста, созданного нейросетью, и адаптировать его под тональность коммуникаций бренда?

Тема 3. Персонализация коммуникаций и таргетирование на основе ИИ

Задание 1. Задание на установление соответствия

Соотнесите данные и их роль в персонализации:

1) Демография	А) Предсказание будущих покупок
2) Поведение на сайте	Б) Сегментация по возрасту/полу
3) История покупок	В) Анализ интересов

Задание 2. Задание с выбором нескольких правильных ответов
Какие данные использует ИИ для таргетинга? Выберите все верные варианты:

а) Геолокация б) Цвет глаз в) Поисковые запросы г) Время активности

Задание 3. Задание на установление последовательности.

Расположите этапы настройки таргетированной кампании с ИИ в порядке выполнения:

а) Сбор данных б) Запуск рекламы в) Сегментация аудитории г)

Оптимизация на основе аналитики.

Задание 4. Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием.

Какой показатель наиболее важен для оценки персонализированной рекламы? Обоснуйте выбор.

а) Количество показов б) CTR (кликабельность) в) Стоимость клика г)

Охват.

Задание 5. Открытого типа.

Какие данные используются ИИ-алгоритмами для персонализации рекламных сообщений? Приведите три примера.

Тема 4. Понятие и стратегии управления цифровой репутацией.

Задание 1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа.

Что такое sentiment analysis? а) Анализ тональности упоминаний б) Мониторинг количества лайков в) Оценка охвата публикаций г) Расчёт стоимости рекламы

Задание 2. Задание на установление соответствия.

Соотнесите инструмент и его функцию:

1) Brand Analytics	А) Уведомления о новых упоминаниях
2) Google Alerts	Б) Комплексный мониторинг соцсетей
3) Hootsuite	В) Планирование публикаций

Задание 3. Задание с выбором нескольких правильных ответов.

Какие сигналы указывают на репутационный кризис? Выберите все верные варианты:

а) Рост негативных отзывов б) Увеличение охвата постов в) Вирусное распространение критики г) Снижение активности аудитории.

Задание 4. Задание на установление последовательности.

Расположите шаги антикризисного плана в правильном порядке: а) Мониторинг и анализ ситуации б) Разработка стратегии коммуникации в) Оценка ущерба и последствий г) Реализация плана и контроль.

Задание 5. Открытого типа.

Опишите пошаговый алгоритм действий PR-специалиста при обнаружении репутационного кризиса в соцсетях.

Тема 5. Этические и правовые аспекты использования ИИ в коммуникациях

Задание 1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных.

Какой закон регулирует обработку персональных данных в РФ?

а) ФЗ «О рекламе» б) ФЗ «О персональных данных» (№ 152 ФЗ) в) ФЗ «Об информации» г) Гражданский кодекс РФ.

Задание 2. Задание на установление соответствия.

Соотнесите этическую проблему и пример её проявления: 1) Дискриминация в алгоритмах 2) Нарушение приватности 3) Дезинформация А) Сбор данных без согласия пользователя Б) Фейковые новости, созданные ИИ В) Предвзятость ИИ при отборе кандидатов на работу.

Задание 3. Задание с выбором нескольких правильных ответов.

Какие риски связаны с использованием ИИ сгенерированного контента в PR? Выберите все верные варианты:

а) Нарушение авторских прав б) Потеря доверия аудитории при обнаружении дипфейк в) Увеличение скорости создания контента г) Репутационные потери из за ошибок ИИ.

Задание 4. Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием.

Какая этическая проблема наиболее актуальна для рекламы с ИИ?

а) Высокая стоимость внедрения б) Манипуляция поведением

потребителей в) Сложность настройки алгоритмов г) Зависимость от интернет соединения. Обоснуйте выбор.

Задание 5. Открытого типа.

Кто считается правообладателем текста, написанного ЯндексGPT по запросу пользователя? Обоснуйте ответ с точки зрения российского законодательства.

Тема 6. Комплексная стратегия внедрения ИИ в PR и рекламу

Задание 1. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных.

Какой этап идёт первым при внедрении ИИ в PR?

а) Выбор инструментов б) Аудит текущих процессов в) Обучение сотрудников г) Запуск пилотного проекта.

Задание 2. Задание на установление соответствия.

Соотнесите этап внедрения ИИ и задачу:

1) Аудит 2) Пилотный проект 3) Масштабирование А) Тестирование на одном направлении Б) Анализ текущих процессов В) Внедрение во все отделы.

Задание 3. Задание с выбором нескольких правильных ответов.

Что нужно учесть при выборе ИИ инструмента для PR? Выберите все верные варианты:

а) Интеграцию с существующими системами б) Стоимость подписки в) Цвет интерфейса г) Поддержку на русском языке.

Задание 4. Открытого типа.

Приведите пример успешной ИИ-стратегии в рекламе (название бренда, инструменты, результаты).

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Необходимо составить расчет по конкретной дисциплине. НАПРИМЕР

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,1	10
КТ 3	100	0,1	10

КТ 4	100	0,1	10
КТ 5	100	0,1	10
КТ 6	100	0,1	10
Итого:	100	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ х Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1

Устный опрос

КТ – 2.

Тема 2

Устный опрос

КТ – 3.

Тема 3.

Тестирование

КТ-4

Тема 4

Тестирование

КТ-5

Тема 5

Тестирование

КТ-6

Тема 6

Тестирование

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания тестирования:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Количество правильных ответов	0	Количество правильных ответов менее 55%
	25	Количество правильных ответов от 55% до 64%
	50	Количество правильных ответов от 65% до 74%

	75	Количество правильных ответов от 75% до 84%
	100	Количество правильных ответов от 85% до 100%
Итого максимально:	100	

2. Критерии оценивания устного ответа:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Корректность и полнота ответов	0	Неверный ответ или отсутствие ответа
	25	Тема раскрыта минимально или не раскрыта вовсе
	50	Поверхностное описание без конкретных примеров
	50	Правильный, но не аргументированный ответ
	100	Полный, развернутый, обоснованный ответ с конкретными примерами
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Для решения задач открытого типа, тестовых заданий студенту разрешается использование программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллектуальной карты, ленты времени, презентации студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета в 3 семестре.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Искусственный интеллект и машинное обучение: понятия, история, сферы применения. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Тип задания	Задание
-------------	---------

Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Кто предложил тест, позволяющий оценить способность машины мыслить как человек? а) Джон Маккарти б) Алан Тьюринг в) Марвин Мински г) Клод Шеннон
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	В каком году был введен термин «искусственный интеллект»? а) 1945 б) 1956 в) 1970 г) 1985
Задание на установление соответствия	Соотнесите этап развития ИИ и ключевое событие: 1) Зарождение ИИ (1950-е) 2) Первая «зима ИИ» (1970-е) 3) Возрождение интереса (1990-е) 4) Эра глубокого обучения (2010-е) А) Появление алгоритмов глубокого обучения и рост вычислительных мощностей Б) Снижение финансирования и интереса к ИИ из-за завышенных ожиданий В) Предложение теста Тьюринга и первые работы по ИИ Г) Развитие машинного обучения, победа Deep Blue над Каспаровым
Задание на установление соответствия	Соотнесите направление ИИ и пример его применения в рекламе и PR: 1) Обработка естественного языка (NLP) 2) Компьютерное зрение 3) Машинное обучение А) Анализ тональности отзывов о бренде в соцсетях Б) Персонализация рекламных баннеров на основе поведения пользователя В) Распознавание логотипов бренда на фотографиях пользователей
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие из перечисленных технологий относятся к направлениям ИИ? Выберите все верные варианты: а) Нейронные сети б) Табличные процессоры в) Экспертные системы г) Системы распознавания речи д) Текстовые редакторы
Задание с выбором нескольких правильных ответов	В каких сферах рекламы и PR уже активно применяется ИИ? Выберите все верные варианты: а) Автоматизация создания рекламных текстов б) Прогнозирование эффективности PR-кампаний в) Ручное размещение рекламы в СМИ г) Мониторинг упоминаний бренда в соцсетях д) Создание физических рекламных носителей (баннеров, плакатов)
Задание на установление последовательности	Расположите ключевые этапы развития ИИ в хронологическом порядке: а) Появление первых нейронных сетей б) Разработка теста Тьюринга в) Развитие глубокого обучения (deep learning) г) Период «зимы ИИ»
Задание на установление последовательности	Установите последовательность этапов работы чат-бота с использованием ИИ: а) Генерация ответа на основе анализа запроса б) Анализ запроса пользователя в) Передача ответа пользователю г) Обучение модели на базе исторических диалогов
Задание комбинированного	Какой из перечисленных факторов стал ключевым для

типа с выбором и обоснованием	современного бума ИИ? а) Увеличение вычислительной мощности компьютеров и доступность больших данных б) Появление первых компьютеров в) Разработка первых языков программирования г) Создание интернета Обоснуйте выбор.
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какое применение ИИ наиболее актуально для PR-специалиста сегодня? а) Создание 3D-анимации б) Автоматизированный мониторинг и анализ упоминаний бренда в) Программирование промышленных роботов г) Разработка компьютерных игр Обоснуйте выбор.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	Опишите три ключевых этапа в истории развития ИИ, указав для каждого: период, ключевое достижение и влияние на общество или технологии.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	Приведите три примера использования ИИ в рекламе или PR. Для каждого примера укажите: конкретную технологию/инструмент, задачу, которую он решает, и выгоду для компании.

Тема 2. ИИ в создании и редактировании контента: нейрокопирайтинг и нейродизайн. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Тип задания	Задание
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Какой инструмент предназначен для генерации изображений по текстовому описанию? а) ЯндексGPT б) Midjourney в) Grammarly г) Canva
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Что такое промпт в контексте работы с ИИ-генераторами контента? а) Результат работы нейросети б) Текст-инструкция для нейросети в) Название нейросети г) Формат сохранения файла
Задание на установление соответствия	Соотнесите тип контента и инструмент его генерации: 1) Текстовый контент 2) Визуальный контент 3) Аудиоконтент А) Murf AI Б) YandexGPT В) Kandinsky
Задание на установление соответствия	Соотнесите элемент промпта и его функцию: 1) Ключевые объекты 2) Стилль 3) Композиция А) Определяет художественный стиль изображения (например, «в стиле импрессионизма») Б) Описывает, что должно быть изображено (например, «девушка с книгой») В) Задаёт расположение элементов (например, «центральная композиция»)
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие элементы важно включить в промпт для генерации рекламного постера? Выберите все верные варианты: а) Описание ключевых объектов б) Указание стиля изображения в) Список конкурентов бренда г) Желаемые цвета и настроение д) Технические требования (разрешение, формат)
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие риски связаны с использованием ИИ-сгенерированного контента в рекламе? Выберите все верные варианты: а) Нарушение авторских прав б)

	Высокая скорость генерации в) Возможность генерации некорректных или оскорбительных изображений г) Снижение затрат на производство контента д) Потеря уникальности бренда из-за шаблонности ИИ-контента
Задание на установление последовательности	Расположите этапы создания рекламного баннера с помощью ИИ в правильном порядке: а) Редактирование и доработка полученного изображения б) Формулировка промпта с учётом целей рекламы в) Выбор ИИ-инструмента для генерации г) Генерация изображения на основе промпта
Задание на установление последовательности	Установите последовательность действий копирайтера при работе с текстом, сгенерированным нейросетью: а) Проверка фактов и достоверности информации б) Формулировка промпта для нейросети в) Внесение стилистических правок под tone of voice бренда г) Получение текста от нейросети
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какой инструмент лучше всего подходит для создания серии постов для соцсетей с визуалом и текстом? а) Только ЯндексGPT б) Только Midjourney в) Комбинация GPT и Kandinsky г) Microsoft Word Обоснуйте выбор.
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Почему важно редактировать ИИ-сгенерированный текст перед публикацией в PR-материалах? а) Нейросети всегда пишут с грамматическими ошибками б) Сгенерированный текст может не соответствовать тону коммуникаций бренда и содержать фактические неточности в) Это занимает меньше времени, чем писать текст с нуля г) Все ИИ-тексты защищены авторским правом Обоснуйте выбор.
й	Составьте промпт для генерации постера к фестивалю современного искусства. Укажите: стиль, композицию, ключевые объекты, цветовую гамму и настроение.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	Опишите пошаговый алгоритм создания серии рекламных постов для кофейни с использованием ИИ. Укажите, какие инструменты будете использовать на каждом этапе и какие данные потребуются.

Тема 3. Персонализация коммуникаций и таргетирование на основе ИИ. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Тип задания	Задание
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Какой показатель отражает процент пользователей, совершивших целевое действие после клика на рекламу? а) Охват (Reach) б) CTR (Click-Through Rate) в) CR (Conversion Rate) г) CPM (Cost Per Mille)
Задание закрытого типа с выбором одного правильного	Какая технология позволяет показывать рекламу пользователям, похожим на текущих клиентов

ответа из нескольких вариантов предложенных	бренда? а) Lookalike-аудитории б) Ретаргетинг в) Геотаргетинг г) Демографический таргетинг
Задание на установление соответствия	Соотнесите тип данных и его использование в персонализации: 1) Демографические данные 2) Поведенческие данные 3) Контекстные данные А) Показ рекламы спортивных товаров во время трансляции матча Б) Сегментация аудитории по возрасту и полу В) Рекомендации товаров на основе истории просмотров
Задание на установление соответствия	Соотнесите инструмент и его функцию в персонализации рекламы: 1) Яндекс Директ 2) Яндекс Analytics 3) CRM-система А) Анализ поведения пользователей на сайте Б) Управление рекламными кампаниями с ИИ-оптимизацией В) Хранение и сегментация клиентской базы
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие данные могут использоваться ИИ для персонализации рекламных предложений? Выберите все верные варианты: а) История поисковых запросов б) Цвет глаз пользователя в) Геолокация и время суток г) Предпочтения в музыке д) История покупок и просмотров
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие преимущества даёт использование ИИ в таргетированной рекламе? Выберите все верные варианты: а) Автоматизация настройки рекламных кампаний б) Снижение стоимости клика за счёт оптимизации в) Гарантированное 100 % попадание в целевую аудиторию г) Возможность прогнозирования поведения пользователей д) Устранение необходимости в А/В-тестировании
Задание на установление последовательности	Расположите этапы настройки персонализированной рекламной кампании в правильном порядке: а) Сбор и анализ данных о целевой аудитории б) Запуск и мониторинг кампании в) Сегментация аудитории и создание персонализированных креативов г) Определение целей кампании и КРІ
Задание на установление последовательности	Установите правильную последовательность действий ИИ-алгоритма при показе таргетированной рекламы: а) Прогнозирование вероятности конверсии б) Сбор данных о пользователе в) Показ наиболее релевантного объявления г) Сегментация пользователя по профилю
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какой инструмент лучше всего подходит для создания lookalike-аудиторий в российской рекламе? а) ВКонтакте Ads Manager б) Яндекс Аудитории в) Яндекс Ads г) TikTok Ads Обоснуйте выбор.
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какой показатель важнее всего отслеживать при оптимизации персонализированной рекламной кампании? а) Количество показов б) СТР (кликабельность) в) Стоимость привлечения клиента (CAC) г) Охват аудитории Обоснуйте выбор.
Задание открытого типа с	Опишите, как ИИ может помочь в персонализации

развёрнутым ответом	email-рассылок для интернет-магазина. Приведите три конкретных примера использования ИИ и укажите, какие данные для этого потребуются.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	Представьте, что вы настраиваете таргетированную рекламу для сети фитнес-клубов. Опишите стратегию использования ИИ для персонализации предложений для трёх сегментов аудитории: новички, опытные спортсмены, клиенты, которые давно не посещали клуб. Для каждого сегмента укажите 1–2 персонализированных предложения и данные, которые потребуются ИИ для их формирования.

Тема 4. Понятие и стратегии управления цифровой репутацией. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Тип задания	Задание
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Какой инструмент используется для мониторинга упоминаний бренда в соцсетях? а) Excel б) Brand Analytics в) Adobe Photoshop г) Яндекс Docs
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Что показывает индекс репутации (RepTrak или аналог)? а) Количество подписчиков бренда б) Уровень доверия и восприятия бренда аудиторией в) Охват рекламных публикаций г) Стоимость бренда на рынке
Задание на установление соответствия	Соотнесите метрику репутации и её значение: 1) Доля позитивных упоминаний 2) Уровень вовлечённости (ER) 3) Скорость реакции на негатив А) Среднее время ответа на негативный комментарий Б) Процент положительных отзывов от общего числа В) Активность аудитории (лайки, репосты, комментарии)
Задание на установление соответствия	Соотнесите тип репутационного кризиса и пример: 1) Продуктовый кризис 2) Коммуникационный кризис 3) Этический кризис А) Скандал из-за дискриминационного рекламного ролика Б) Массовое отравление продукцией бренда В) Ошибочное заявление представителя компании в СМИ
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие сигналы указывают на начало репутационного кризиса? Выберите все верные варианты: а) Резкий рост негативных упоминаний б) Увеличение числа позитивных отзывов в) Вирусное распространение критики в соцсетях г) Снижение охвата рекламных публикаций
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие действия входят в антикризисный план? Выберите все верные варианты: а) Игнорирование негативных комментариев б) Оперативное официальное заявление в) Анализ причин кризиса г) Удаление всех упоминаний о проблеме
Задание на установление последовательности	Расположите шаги антикризисного плана в правильном порядке: а) Мониторинг и анализ ситуации б) Разработка стратегии коммуникации в)

	Оценка ущерба и последствий г) Реализация плана и контроль
Задание на установление последовательности	Установите последовательность действий PR-специалиста при обнаружении негативного отзыва: а) Анализ тональности и сути претензии б) Ответ пользователю (при необходимости) в) Фиксация инцидента в системе мониторинга г) Передача информации ответственным отделам
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какой метод наиболее эффективен для быстрого снижения негатива в соцсетях? а) Массовое удаление комментариев б) Игнорирование проблемы в) Официальное извинение и план решения проблемы г) Запуск новой рекламной кампании Обоснуйте выбор.
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какой показатель важнее для оценки эффективности антикризисных мер? а) Количество публикаций о кризисе б) Изменение доли позитивных упоминаний в) Число подписчиков в соцсетях г) Охват постов бренда Обоснуйте выбор.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	Опишите пошаговый алгоритм действий PR-отдела при обнаружении вирусного распространения фейковой информации о бренде. Укажите не менее 5 шагов.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	Приведите два примера репутационных кризисов компаний (российских или зарубежных) и опишите, какие антикризисные меры были приняты. Оцените их эффективность (кратко).

Тема 5. Этические и правовые аспекты использования ИИ в коммуникациях. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Тип задания	Задание
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Какой закон регулирует обработку персональных данных в РФ? а) ФЗ «О рекламе» б) ФЗ «О персональных данных» (№ 152-ФЗ) в) ФЗ «Об информации» г) Гражданский кодекс РФ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Что из перечисленного относится к этическим проблемам использования дипфейк? а) Высокая стоимость технологии б) Возможность манипуляции общественным мнением в) Низкая реалистичность изображений г) Ограниченная доступность инструментов
Задание на установление соответствия	Соотнесите правовой аспект и его описание: 1) Авторское право 2) Персональные данные 3) Реклама А) Запрет на недобросовестную рекламу Б) Защита результатов интеллектуальной деятельности В) Требования к сбору и хранению информации о пользователях
Задание на установление соответствия	Соотнесите этическую проблему и пример её проявления: 1) Дискриминация в алгоритмах 2) Нарушение приватности 3) Дезинформация А) Сбор данных без согласия пользователя Б) Фейковые новости, созданные ИИ В) Предвзятость ИИ при

	отборе кандидатов на работу
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие требования GDPR влияют на использование ИИ в рекламе? Выберите все верные варианты: а) Согласие на обработку данных б) Право на забвение в) Обязательная регистрация ИИ-систем г) Прозрачность алгоритмов
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие риски связаны с использованием ИИ-сгенерированного контента в PR? Выберите все верные варианты: а) Нарушение авторских прав б) Потеря доверия аудитории при обнаружении дипфейк в) Увеличение скорости создания контента г) Репутационные потери из-за ошибок ИИ
Задание на установление последовательности	Расположите этапы получения согласия на обработку данных в правильном порядке: а) Предоставление политики конфиденциальности б) Сбор данных в) Получение явного согласия пользователя г) Уведомление о целях обработки
Задание на установление последовательности	Установите правильную последовательность действий при обнаружении нарушения авторских прав на ИИ-контент: а) Фиксация нарушения б) Отправка претензии нарушителю в) Подготовка доказательств г) Обращение в суд (при необходимости)
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какой нормативный акт важнее для PR-специалиста при работе с ИИ? а) ФЗ «О рекламе» б) ФЗ «О персональных данных» в) КоАП РФ г) Трудовой кодекс Обоснуйте выбор.
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какая этическая проблема наиболее актуальна для рекламы с ИИ? а) Высокая стоимость внедрения б) Манипуляция поведением потребителей в) Сложность настройки алгоритмов г) Зависимость от интернет-соединения Обоснуйте выбор.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	Опишите три способа соблюдения этических норм при использовании ИИ в PR. Приведите пример для каждого способа.
Задание открытого типа с развёрнутым ответом	Приведите два примера неэтичного использования ИИ в рекламе и объясните, почему они нарушают этические нормы.

Тема 6. Комплексная стратегия внедрения ИИ в PR и рекламу. УК ОС-1.3, УК ОС-9.1

Тип задания	Задание
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Какой этап идёт первым при внедрении ИИ в PR? а) Выбор инструментов б) Аудит текущих процессов в) Обучение сотрудников г) Запуск пилотного проекта
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Какой KPI наиболее важен для оценки ROI ИИ в рекламе? а) Количество публикаций б) Охват постов в) Стоимость привлечения клиента (CAC) г) Число подписчиков
Задание на установление	Соотнесите инструмент ИИ и сферу его

соответствия	применения: 1) ЯндексGPT 2) Brand Analytics 3) Яндекс Директ с ИИ А) Таргетированная реклама Б) Генерация текстов В) Мониторинг репутации
Задание на установление соответствия	Соотнесите этап внедрения ИИ и задачу: 1) Аудит 2) Пилотный проект 3) Масштабирование А) Тестирование на одном направлении Б) Анализ текущих процессов В) Внедрение во все отделы
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Что нужно учесть при выборе ИИ-инструмента для PR? Выберите все верные варианты: а) Интеграцию с существующими системами б) Стоимость подписки в) Цвет интерфейса г) Поддержку на русском языке
Задание с выбором нескольких правильных ответов	Какие компетенции станут ключевыми для PR-специалистов в эпоху ИИ? Выберите все верные варианты: а) Навыки работы с нейросетями б) Знание основ data science в) Умение писать от руки г) Критическое мышление
Задание на установление последовательности	Расположите этапы внедрения чат-бота для поддержки клиентов в порядке выполнения: а) Тестирование и доработка б) Определение сценариев диалога в) Выбор платформы г) Обучение персонала
Задание на установление последовательности	Установите правильную последовательность оценки эффективности ИИ-стратегии: а) Сбор данных за период б) Сравнение с плановыми показателями в) Установка KPI г) Корректировка стратегии
Задание комбинированного типа с выбором и обоснованием	Какой инструмент ИИ лучше выбрать для генерации пресс-релизов? а) Midjourney б) ЯндексGPT в) Фигма г) Яндекс Analytics Обоснуйте выбор.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе</i>	30-39

<i>присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Разрешается использование программ для работы с электронными таблицами для обработки, анализа и визуализации данных. Для построения интеллект-карты, ленты времени, презентации студенту можно использовать любой соответствующий онлайн-инструмент.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Тестирование. Проводится по всему содержанию дисциплины на семинарских занятиях и на зачете.

Под самостоятельной работой понимается учебная деятельность, организуемая и осуществляемая студентом в наиболее рациональное с его точки зрения время, контролируемая им самим на основе внешнего опосредованного системного управления ею со стороны преподавателя. В процессе осуществления самостоятельной работы решаются следующие задачи: формирование познавательной активности, развитие самостоятельности мышления и инициативности, раскрытие творческого потенциала, формирование самоактуализирующейся личности, распределение нагрузки во времени согласно индивидуальным особенностям, изменение культуры отношения к образованию, закрепление ответственной модели поведения. Преподаватель непосредственно руководит самостоятельной работой и осуществляет контроль над всеми этапами, ставит цели и задачи, выдает задания и контролирует правильность их выполнения. Управление самостоятельной работой студентов подразумевает формирование навыков самостоятельной работы, разработку специальной учебно-методической литературы, поиск индивидуального подхода, создание мотивации работать самостоятельно и в целом сводится к трем вопросам:

I. Организация процесса.

II. Методическое обеспечение.

III. Контроль.

Совершенствование содержания и форм организации и контроля самостоятельной работы студентов – важная составная часть процесса подготовки квалифицированного специалиста.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Ахмаева, Л. Г. Цифровые социальные проекты: инструменты и подходы к управлению : учебное пособие / Л. Г. Ахмаева, Д. В. Долгополов, А. И. Еремеева, ; под ред. В. С. Старостина. — Москва : Русайнс, 2024. — 205 с. — ISBN 978-5-466-07031-6. — URL: <https://book.ru/book/955247> (дата обращения: 28.04.2026). — Текст : электронный.

2. Бахтеев Д. В. Искусственный интеллект: этико-правовые основы : монография / Д.В. Бахтеев. - Москва : Проспект, 2021. - 176 с. - ISBN 978-5-392-33413-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/380167/reading> (дата обращения: 28.04.2026). - Текст: электронный.

3. Берджесс, Э. Искусственный интеллект — для вашего бизнеса : Руководство по оценке и применению : практическое руководство / Э.

Берджесс. - Москва : Интеллект. Лит., 2026. - 232 с. - ISBN 9-785-907274-81-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2235395> (дата обращения: 28.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

4. Искусственный интеллект в социальной сфере : монография / Т. Э. Петрова, Л. И. Селиванов, С. А. Соколовская [и др.] ; под ред. Т. Э. Петровой. — Москва : Русайнс, 2024. — 176 с. — ISBN 978-5-466-07993-7. — URL: <https://book.ru/book/956200> (дата обращения: 28.04.2026). — Текст : электронный.

5. Сысоев, Д. В. Введение в теорию искусственного интеллекта : учебное пособие / Д. В. Сысоев, О. В. Курипта, Д. К. Проскурин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 170 с. — ISBN 978-5-4497-1092-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108282.html> (дата обращения: 28.04.2026). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

6. Шталь Бернд Карстен и др. Этика искусственного интеллекта: Кейсы и варианты решения этических проблем / пер. с англ. И. Кушнарева; под науч. ред. А. Павлова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — (Исследования культуры). - Москва : ВШЭ, 2024. - 200 с. - ISBN 978-5-7598-4053-4. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/396123/reading> (дата обращения: 28.04.2026). - Текст: электронный.

8.2. Дополнительная литература

1. Дейвенпорт, Т. Внедрение искусственного интеллекта в бизнес-практику: Преимущества и сложности : практическое руководство / Т. Дейвенпорт. - Москва : Альпина Паблицер, 2026. - 320 с. - ISBN 978-5-9614-3952-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2235397> (дата обращения: 28.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Лешкевич, Т. Г. Где кончаются технологии и начинается человек: социогуманитарное осмысление искусственного интеллекта : монография / Т.Г. Лешкевич. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 221 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/2189092. - ISBN 978-5-16-020726-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2189092> (дата обращения: 28.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Петухова, А. С. ИИ-маркетинг : учебное пособие / А. С. Петухова. — Москва : Русайнс, 2026. — 150 с. — ISBN 978-5-466-11484-3. — URL: <https://book.ru/book/962001> (дата обращения: 28.04.2026). — Текст : электронный.

4. Постолиит А. В. Основы искусственного интеллекта в примерах на Python / А.В. Постолиит. - Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2021. - 448 с. - ISBN 978-5-9775-6765-7. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/380050/reading> (дата обращения: 28.04.2026). - Текст: электронный.

5. Правовое регулирования искусственного интеллекта, роботов и объектов робототехники как условие формирования экономического лидерства в России : монография / Г. Ф. Ручкина, М. В. Демченко, А. В. Попова [и др.] ; под ред. Г.Ф. Ручкиной. - Москва : Прометей, 2021. - 350 с. - ISBN 978-5-00172-197-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1851280> (дата обращения: 28.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных» от 27.07.2006. - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/

8.4 Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом к подписным электронным ресурсам через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.
Технические средства обучения*

Таблица 9

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства.

