

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.05.2026 17:34:09
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»
Институт мировой экономики и бизнеса**
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МАРКЕТИНГЕ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.01 ЭКОНОМИКА

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

АНАЛИТИКА ДАННЫХ В ЭКОНОМИКЕ И БИЗНЕСЕ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Искусственный интеллект в маркетинге» входит в программу бакалавриата «Аналитика данных в экономике и бизнесе» по направлению 38.03.01 «Экономика» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Институт мировой экономики и бизнеса. Дисциплина состоит из 2 разделов и 10 тем и направлена на изучение теоретических основ, принципов, методов и инструментов применения искусственного интеллекта в маркетинге, возможностей использования интеллектуальных систем для сбора, обработки и анализа маркетинговых данных, изучения поведения потребителей, сегментирования рынка, прогнозирования спроса, персонализации предложений и коммуникаций, автоматизации маркетинговых процессов, поддержки принятия управленческих решений, а также оценки результативности применения технологий искусственного интеллекта в деятельности организаций.

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков применения технологий искусственного интеллекта для решения аналитических и прикладных задач маркетинга, интерпретации маркетинговых данных, разработки обоснованных управленческих решений и повышения эффективности маркетинговой деятельности на основе данных.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Искусственный интеллект в маркетинге» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач	ОПК-2.1 Определяет методы сбора информации, способы и вид ее представления, применяя современное программное обеспечение; ОПК-2.2 Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение; ОПК-2.3 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде;
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.1 Применяет современные информационные технологии и программные средства, в т.ч. отечественного производства, для решения задач цифровой экономики; ОПК-5.2 Осознает и учитывает источники угроз, выполнение требований информационной безопасности; ОПК-5.3 Осуществляет выбор современных информационных технологий и программных средств при решении задач профессиональной деятельности;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Искусственный интеллект в маркетинге» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению

запланированных результатов освоения дисциплины «Искусственный интеллект в маркетинге».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и статистический анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач	Учебная практика; Ознакомительная практика; Экономическая статистика; Экономическая география; Дизайн-мышление; Линейная алгебра; Математический анализ; Теория вероятностей и математическая статистика; Эконометрика; Продвинутый Excel; Введение в Python и SQL; Дискретная математика для экономистов;	Преддипломная практика;
ОПК-5	Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	Ознакомительная практика; Цифровая грамотность; Искусственный интеллект и генеративные модели; Продвинутый Excel; Эконометрика; Введение в Python и SQL;	Преддипломная практика;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Искусственный интеллект в маркетинге» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			6
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	34		34
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	74		74
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы применения генеративного искусственного интеллекта в маркетинге	1.1	Основы генеративного искусственного интеллекта: ключевые концепции и области применения в маркетинге	Базовые понятия, возможности и направления использования в маркетинге	ЛР
		1.2	Знакомство с моделями для работы с генеративным искусственным интеллектом	Основные типы моделей и особенности их применения	ЛР
		1.3	Понятие промпта и его виды	Сущность промпта и общие подходы к его построению	ЛР
		1.4	Создание персонализированных рекламных сообщений.	Использование ИИ для адаптации маркетинговых коммуникаций	ЛР
		1.5	Практическая работа по написанию промптов для создания программных кодов для аналитике в Excel и Питоне.	Применение промптов для решения аналитических задач	ЛР
Раздел 2	Практика применения генеративного искусственного интеллекта для работы в социальных сетях	2.1	Анализ текстов конкурентов и аудитория в соцсетях с использованием генеративного искусственного интеллекта	Использование ИИ для анализа текстов и аудитории	ЛР
		2.2	Генерация текстов для маркетинга: создание рекламных сообщений и контента для соцсетей	Использование ИИ для подготовки маркетинговых текстов	ЛР
		2.3	Применение генеративного искусственного интеллекта для поиска ключевых слов и SEO.	Использование ИИ для работы с поисковыми запросами и оптимизацией контента	ЛР
		2.4	Генерация изображений с использованием генеративного искусственного интеллекта	Использование ИИ для создания визуального контента	ЛР
		2.5	Генерация видео с помощью генеративного искусственного интеллекта	Использование ИИ для создания видеоконтента	ЛР

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 30 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	ауд. 21 Моноблок Lenovo AIO- 510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	4 зал. Библиотеки Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Сидорчук Р. Р. Маркетинговое планирование. Искусственный интеллект, инструменты, метрики, показатели : учебник / Р. Р. Сидорчук. — Москва : КноРус, 2026. — 239 с. — ISBN 978-5-406-14846-4. — URL: <https://book.ru/book/959130> (дата обращения: 12.03.2026).

2. Евстафьев В. А., Тюков М. А. Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе : учебное пособие / В. А. Евстафьев, М. А. Тюков. — 3-е изд. — Москва : ИТК «Дашков и К°», 2025. — 426 с. — ISBN 978-5-394-06175-2.

Дополнительная литература:

1. Сидорчук Р. Р., Юсов А. С. Использование чат-бота на основе генеративного искусственного интеллекта для создания ценностных предложений и аргументации в сфере B2B // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2025. — Т. 30, № 1. — С. 13–48. — DOI: 10.18334/marketing.30.1.123693. — URL: <https://1economic.ru/lib/123693> (дата обращения: 12.03.2026).

2. Петухова А. С. ИИ-маркетинг : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А. С. Петухова. — Москва : Русайнс, 2025. — 152 с. — ISBN 978-5-466-08684-3.

3. Как пользоваться гайдом по промпт-инжинирингу // Яндекс Практикум. — URL: <https://education.yandex.ru/handbook/prompting/article/kak-polzovatsya-gajdom#kak-chitat-spravochnik> (дата обращения: 12.03.2026).

4. Марков С. А. Охота на электроовец. Большая книга искусственного интеллекта. Том 2. — Москва : ДМК Пресс, 2024. — 784 с. — ISBN 978-5-60526-560-3.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>

- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>

- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Искусственный интеллект в маркетинге».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

Профессор

Должность, БУП

Подпись

Сидорчук Роман

Роальдович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Балашова Светлана

Алексеевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Главина Софья

Григорьевна

Фамилия И.О.