

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 29.04.2026 13:43:59  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

### **МАРКЕТИНГ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2026 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Искусственный интеллект в цифровом маркетинге» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 8 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 2 разделов и 12 тем и направлена на изучение теоретических основ, принципов, методов и инструментов применения искусственного интеллекта в цифровом маркетинге, возможностей и ограничений генеративных и аналитических систем искусственного интеллекта, а также подходов к использованию данных технологий для анализа рынка и поведения потребителей, сегментирования целевой аудитории, персонализации коммуникаций, создания маркетингового контента, автоматизации цифрового продвижения и оценки результативности маркетинговой деятельности.

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков применения систем генеративного искусственного интеллекта для решения задач цифрового маркетинга, включая анализ маркетинговых данных, разработку и адаптацию контента, поддержку принятия маркетинговых решений, повышение эффективности коммуникаций с целевой аудиторией и оценку результатов цифровых маркетинговых кампаний.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Искусственный интеллект в цифровом 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-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ОПК-5.1 Понимает основные принципы работы с данными, применяет современный инструментальный анализа данных на базовом уровне, в т.ч. с использованием программирования, алгоритмизации и математических методов при решении задач анализа данных; ОПК-5.2 Оценивает возможности и целесообразность использования цифровых технологий в деятельности организации, использует современные цифровые технологии и программные продукты для решения профессиональных задач; ОПК-5.3 Понимает особенности технологий 4-й промышленной революции и возможности их использования при проектировании бизнес-моделей организаций;
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Определяет области своего воздействия на процесс управления и расставляет приоритеты; ОПК-6.2 Формирует траекторию развития объекта управления в активной среде с использованием аналитических инструментов и информационных технологий; ОПК-6.3 Применяет современные инструменты менеджмента и информационно-коммуникационные технологии для разработки мероприятий по повышению эффективности организации;
ПК-3	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-3.1 Знает и владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры, а также мировыми практиками для планирования и проведения маркетинговых исследований; ПК-3.2 Умеет проводить маркетинговые исследования конъюнктуры рынка с целью корректировки продуктовой

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		концепции, цены, каналов распределения и инструментов продвижения; ПК-3.3 Анализирует информацию, полученную в результате маркетингового исследования, а также разрабатывает рекомендации для принятия эффективного управленческого решения;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Искусственный интеллект в цифровом 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 цифровом 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-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Брендинг; Методы принятия управленческих решений; Маркетинговые коммуникации; Управление продуктом; Интернет-Маркетинг;	
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Цифровая грамотность; Python и SQL в экономике и управлении; Стратегический маркетинг; Методы принятия управленческих решений; Интернет-Маркетинг;	
ПК-3	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Производственно-управленческая практика; <i>Математическая логика и теория алгоритмов**</i> ; <i>Ценообразование в маркетинге**</i> ; <i>Политика бюджетирования в маркетинге**</i> ; <i>Контент-маркетинг**</i> ; <i>Продвижение в социальных сетях**</i> ; Маркетинговые исследования; Поведение потребителей; <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**</i> ;	

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b>
		<i>Маркетинг продаж в электронной коммерции**;</i> Международный маркетинг;	

\* - 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 цифровом маркетинге» составляет «4» 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)
			8
Контактная работа, ак.ч.	49		49
Лекции (ЛК)	21		21
Лабораторные работы (ЛР)	28		28
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	77		77
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Искусственный интеллект в цифровом маркетинге» составляет «4» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			10
Контактная работа, ак.ч.	28		28
Лекции (ЛК)	14		14
Лабораторные работы (ЛР)	14		14
Практические/семинарские занятия (СЗ)	0		0
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	98		98
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

## 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	Введение в промпт-инжиниринг в маркетинге: роль ГИИ, обзор моделей, ограничения	Базовые принципы применения генеративного искусственного интеллекта в маркетинге	ЛК, ЛР
		1.2	Структура эффективного промпта: роль, задача, контекст, ограничения, формат	Общие элементы и логика построения запроса	ЛК, ЛР
		1.3	Техники zero-shot и few-shot: подбор примеров, контроль длины ответа	Базовые техники формирования запросов	ЛК, ЛР
		1.4	Промпты в управлении стилем и тоном голоса бренда	Использование ИИ для управления коммуникационным стилем	ЛК, ЛР
Раздел 2	Практика применения генеративного искусственного интеллекта в маркетинговых задачах	2.1	Генерация контента для социальных сетей	Использование ИИ для создания контента	ЛК, ЛР
		2.2	Карточка товара и текст для каталога	Использование ИИ для подготовки товарных описаний	ЛК, ЛР
		2.3	Вариативность и креатив: генерация идей, работа с ограничениями	Использование ИИ для разработки вариантов и идей	ЛК, ЛР
		2.4	Снижение фактических ошибок и «галлюцинаций»: факт-чек, перефразирование	Подходы к повышению точности и качества результата	ЛК, ЛР
		2.5	Персонализация: сегментация, персоны, метрики опыта	Использование ИИ для персонализации маркетинга	ЛК, ЛР
		2.6	Работа с несколькими моделями ГИИ: сравнение ответов и выбор под задачу	Сопоставление моделей и выбор решения	ЛК, ЛР
		2.7	Мульти-модельная работа: протоколы тестирования, устойчивость формата	Общие подходы к работе с несколькими моделями	ЛК, ЛР
		2.8	Итоговая сборка: цепочки промптов	Построение последовательности запросов	ЛК, 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)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	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
Лаборатория	Аудитория для проведения лабораторных работ, индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и оборудованием.	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
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 25 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. 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.

### *Дополнительная литература:*

1. Марков С. А. Охота на электроовец. Большая книга искусственного интеллекта. Том 1. — Москва : ДМК Пресс, 2024. — 568 с. — ISBN 978-5-60526-560-3.
2. Марков С. А. Охота на электроовец. Большая книга искусственного интеллекта. Том 2. — Москва : ДМК Пресс, 2024. — 784 с. — ISBN 978-5-60526-560-3.
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. 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.
5. 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).

### *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](http://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 цифровом 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*

Лукина Анастасия

Владимировна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Чернышева Анна

Михайловна

*Фамилия И.О.*