

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:  
Декан  
В. В. Мацура

Рабочая программа дисциплины

**Искусственный интеллект и робототехника в PR и рекламе**

по направлению подготовки / специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:  
**Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Специалист по рекламе и связям с общественностью**

Год приема  
**2025**

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
И.В. Гужова

Председатель УМК  
М.А. Подойницина

Томск – 2025

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:  
БК – 1 Способен применять общие и специализированные компьютерные программы при решении задач профессиональной деятельности  
ПК-5 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК-1.1 Знает правила и принципы применения общих и специализированных компьютерных программ для решения задач профессиональной деятельности

РОБК-1.2 Умеет применять современные ИТ-технологии для сбора, анализа и представления информации; использовать в профессиональной деятельности общие и специализированные компьютерные программы

РОПК-5.1 Знает принципы взаимодействия с заказчиками, формирования бюджета и планирования показателей эффективности продвижения проекта

РОПК-5. Умеет взаимодействовать с заказчиком, формировать бюджет и планировать показатели эффективности продвижения проекта, осуществлять контроль реализации, составлять отчеты о реализации

## **2. Задачи освоения дисциплины**

– Сформировать у студентов навыки владения современными ИТ-технологиями для использования в профессиональной деятельности.

## **3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Девятый семестр, зачет с оценкой

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Дисциплина организационно-методически и содержательно связана с курсом «Профессиональная этика в PR и рекламе», «Нейросети. Практический курс», Подготовкой к сдаче и сдачей государственного экзамена, Подготовкой к процедуре защиты и защитой выпускной квалификационной работы.

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины (модуля)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 часа, из которых:  
-лекции: 12 ч.

– практические занятия: 24 ч;

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам**

1. Введение в искусственный интеллект (ИИ) и робототехнику:

- Основные понятия и определения ИИ и робототехники.
- История развития ИИ и робототехники.
- Типы ИИ: узкоспециализированный, общий и супер-ИИ.
- Робототехника: от промышленных роботов до сервисных и социальных роботов.
- Этика ИИ и робототехники: ответственность, предубеждения, влияние на общество.

## 2. ИИ в рекламе:

- Персонализация рекламы: анализ данных пользователей, таргетинг и сегментация.
- Генерация контента: создание текстов, изображений и видео с помощью ИИ.
- Автоматизация рекламных кампаний: планирование, оптимизация и управление рекламой.
- ИИ в аналитике: прогнозирование эффективности рекламы, анализ настроений и обратной связи.
- Примеры использования ИИ в известных рекламных кампаниях.

## 3. Робототехника в Рекламе:

- Роботы-промоутеры: взаимодействие с клиентами, проведение презентаций.
- Роботы-консультанты: информационная поддержка, ответы на вопросы.
- Роботы-актеры: участие в рекламных роликах и видеоконтенте.
- Робототехника в event-маркетинге: создание уникальных и запоминающихся событий.
- Перспективы использования робототехники в рекламе.

## 4. ИИ в связях с общественностью (PR):

- Анализ настроений и репутации: мониторинг социальных сетей и СМИ.
- Автоматизация коммуникации: ответы на запросы, ведение социальных сетей.
- Генерация пресс-релизов и других текстов для PR.
- ИИ-ассистенты для PR-специалистов: планирование работы, анализ данных.
- Примеры использования ИИ в известных PR-кампаниях.

## 5. Робототехника в PR:

- Роботы-помощники: управление информацией, организация событий.
- Роботы-переводчики: обеспечение коммуникации на разных языках.
- Социальные роботы в PR: взаимодействие с аудиторией, повышение узнаваемости бренда.
- Робототехника в кризисном PR: автоматизированное управление репутацией.
- Этические вопросы использования роботов в PR.

## 6. Будущее ИИ и робототехники в рекламе и PR:

- Тенденции развития ИИ и робототехники.
- Прогнозы по влиянию ИИ и робототехники на сферу рекламы и PR.
- Новые возможности и вызовы для специалистов.
- Подготовка к работе в мире, где ИИ и робототехника играют ключевую роль/

## Практические задания:

- Анализ кейсов использования ИИ и робототехники в рекламе и PR.
- Создание концепций рекламных кампаний с использованием ИИ.

- Разработка стратегии использования социальных роботов в PR.
- Проведение имитационных игр с использованием ИИ-инструментов.

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, опроса, выполнения практических заданий и проектов, фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/> .

## **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

**Зачет в девятом семестре** проводится в устной форме (представление выполненного проекта (практического задания) и обоснование его применения на практике (формирование бюджета и планирование его эффективности). Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/> .

## **11. Учебно-методическое обеспечение**

- а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle»
- б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

## **12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет**

- а) основная литература:
  1. Синяева И. М.. Реклама и связи с общественностью: учебник / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - Москва: Юрайт, 2023. - 552 с URL: <https://urait.ru/bcode/510610>
  2. Ясницкий Л.Н. Интеллектуальные системы. – М.: Лаборатория знаний, 2016. – 221 с.
- б) дополнительная литература:
  1. Боровская, Е. В. Основы искусственного интеллекта : учебное пособие / Е. В. Боровская, Н. А. Давыдова. — 4-е изд. — Москва : Лаборатория знаний, 2020. — 130 с. — ISBN 978-5-00101-908-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:<https://e.lanbook.com/book/151502>
  2. Демидов, А. К. Искусственный интеллект: учеб. пособие / А. К. Демидов, Б. М. Кувшинов.- Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2008.
  3. Остроух, А. В. Системы искусственного интеллекта : монография / А. В. Остроух, Н. Е. Суркова. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2021. — 228 с. — ISBN 978-5-8114-8519-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:<https://e.lanbook.com/book/176662>

- в) ресурсы сети Интернет:  
– открытые онлайн-курсы:  
Курс «Этические проблемы интеллектуальных систем»  
[https://openedu.ru/course/msu/ETHICALPROBLEMS/?session=fall\\_2024](https://openedu.ru/course/msu/ETHICALPROBLEMS/?session=fall_2024)

- Интернет-ресурсы, обозначенные в Заданиях в Электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle»
  - а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:
    - Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
    - публично доступные облачные технологии.

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ –  
<http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ –  
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
  - ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
  - ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
  - Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
  - ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
  - ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

- Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gramota.ru/>
  - Электронно-библиотечная система национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>

#### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актуру»).

#### **15. Информация о разработчиках**

Зеличенко Юлия Львовна, старший преподаватель, кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.