

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)**

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра медиакоммуникаций

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.05 Медиакоммуникации

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиакоммуникации и управление корпоративными медиа

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Искусственный интеллект в медиакommunikациях

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Д.п.н, доцент, заведующий кафедрой медиакommunikаций В.В.Волкова

Ответственный редактор:

доктор. филос. наук, профессор, заведующий кафедрой

интегрированных коммуникаций и рекламы А.Л. Абаев

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

медиакommunikации

№ 4 от 27.11.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка.....
1.1.	Цель и задачи дисциплины.....
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы.....
2.	Структура дисциплины.....
3.	Содержание дисциплины.....
4.	Образовательные технологии.....
5.	Оценка планируемых результатов обучения.....
5.1	Система оценивания.....
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине.....
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....
6.1	Список источников и литературы.....
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....
6.3	Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины.....
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....
9.	Методические материалы.....
9.1	Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....
9.2	Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....

1. Пояснительная записка

Программа дисциплины «Искусственный интеллект в медиакommunikациях» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.05 – Медиакommunikации.

1.1 Цел и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины «Искусственный интеллект в медиакommunikациях» изучение студентами процессов применения инновационных технологий в медиакommunikациях.

Задачи дисциплины «Искусственный интеллект в медиакommunikациях»:

- изучить процесс применения ИИ, его структуру, объекты, субъекты, средства;
- изучить систему, методы, технологии и инструментарий ИИ;
- изучить характеристики ИИ в медиакommunikациях;
- приобрести знания и умения, позволяющие выбирать инструменты средств ИИ с учетом различных факторов;
- изучить законодательные акты, регулирующих использование ИИ в медиакommunikациях.

1.2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-2.1. Знает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.	Знать: специфику реализации коммуникационных программ и мероприятий с помощью ИИ Уметь: определять роль и место ИИ в процессе реализации коммуникационных программ и мероприятий Владеть: навыками стратегического планирования и реализации коммуникационных программ и мероприятий с помощью ИИ
	ПК-2.2. Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий.	Знать: понятие «эффективность коммуникационных программ и мероприятий» Уметь: оценивать эффективность применения ИИ в медиапроектах Владеть: навыками применения ИИ в целях разработки и продвижения медиапроекта
	ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных	Знать: специфику функционирования ИИ в медиа Уметь: определять инструменты

	инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.	ИИ в целях разработки и продвижения медиапроекта Владеть: навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций
ПК-3. Способен проводить анализ потребительского поведения, контроль и оценку эффективности коммуникационных мероприятий	ПК-3.2. Производит организацию сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	Знать: специфику сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции с помощью ИИ Уметь: выбирать инструменты ИИ для сбора первичной информации Владеть: навыками применения ИИ для сбора первичной информации

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Искусственный интеллект в медиакоммуникациях» относится к вариативной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика медиакоммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Правовое регулирование медиа».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, т.е. 108 академических часа. Форма промежуточной аттестации – зачет.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
8	Лекции	12
8	Практические занятия	30
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
8	Лекции	6
8	Практические занятия	18
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1.	Тема 1. ИИ в создании контента	<p>Генерация стандартизированных новостных статей (финансовые отчеты, погодные сводки или спортивные результаты). Автоматизированные системы для создания коротких новостей и отчетов. Создание стандартного контента для социальных сетей, например, обновления статусов, информационные сообщения и промо-посты. Эксперименты с креативным письмом, создание коротких рассказов, стихов, сценариев. Анализ огромных массивов данных для выявления трендов, закономерностей и потенциально значимых историй. Редактирование видео и аудиоматериалов, улучшение качества, удаление шумов и выделение ключевых моментов. Предоставление инструментов для создания новых форм контента. Оптимизация процесса создания контента, автоматизация рутинных и времязатратных задач.</p>
2.	Тема 2. ИИ в распространении медиа-контента	<p>Использование алгоритмов машинного обучения для анализа предпочтений и интересов пользователей. Анализ оптимального времени для публикации контента и выбора наиболее подходящего формата (текст, видео, инфографика). Медиа-платформы используют ИИ для определения, когда и в каком формате лучше всего опубликовать определенные новости, чтобы максимизировать охват и вовлеченность аудитории. Использование ИИ для автоматического распределения контента по различным платформам и каналам. Автоматическая публикация и распространение статей, видео и подкастов на различных</p>

		<p>платформах в соответствии с предпочтениями целевой аудитории.</p> <p>Алгоритмы ИИ, которые адаптируют и модифицируют контент в реальном времени в зависимости от реакции и поведения аудитории.</p> <p>Использование алгоритмов машинного обучения для анализа интересов и поведения пользователей для предоставления персонализированной рекламы.</p> <p>Анализ эффективности различных маркетинговых кампаний и стратегий распространения контента.</p>
3.	Тема 3. Персонализация медиа-контента	<p>Использование ИИ для анализа просмотровых привычек пользователей и предлагают фильмы, сериалы или музыку, которые им скорее всего понравятся.</p> <p>Алгоритмы машинного обучения анализируют предпочтения пользователей, историю просмотров и взаимодействий, чтобы создать персонализированные рекомендации.</p> <p>Использование алгоритмов для отслеживания интересов пользователя и предпочтений в чтении, чтобы подбирать наиболее релевантный и интересующий контент.</p> <p>Анализ поведения пользователей в сети, их интересов, демографических данных и взаимодействия с предыдущими рекламными объявлениями для создания персонализированной рекламной стратегии.</p> <p>Компании и медиа-платформы используют персонализированные рассылки, чтобы информировать пользователей о новых статьях, продуктах или предложениях, которые могут их заинтересовать.</p> <p>Использование алгоритмов машинного обучения для анализа поведения пользователя на сайте и предыдущих взаимодействий с контентом для создания персонализированного контента рассылок.</p> <p>Некоторые сайты и платформы используют ИИ для динамической адаптации контента, например, изменения заголовков или изображений в зависимости от предпочтений пользователя.</p> <p>Алгоритмы анализируют реакцию пользователя на различные типы контента и адаптируют его для повышения вовлеченности.</p>
4.	Тема 4. Этические и практические вызовы, связанные с использованием искусственного интеллекта (ИИ) в медиаиндустрии	<p>ИИ может усиливать существующие предвзятости или создавать новые, особенно если алгоритмы обучаются на предвзятых данных.</p> <p>Использование персональных данных пользователей для персонализации контента вызывает опасения по поводу конфиденциальности и безопасности данных.</p> <p>Создание контента с помощью ИИ может вызывать вопросы об авторских правах, подлинности и</p>

		<p>достоверности информации. Гарантировать, что информация, генерируемая или распространяемая с помощью ИИ, точна и надежна, может быть сложно. Технологические изменения требуют адаптации со стороны сотрудников и управленческих структур. Персонализация контента может привести к созданию «пузыря фильтров», где пользователи видят только информацию, соответствующую их текущим взглядам и интересам.</p>
--	--	--

4. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	ИИ в создании контента	<p>Лекция 1-2 (4 часа)</p> <p>Семинар 1-5 (10 часов)</p> <p>Самостоятельная работа (20 часов)</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
2.	ИИ в распространении медиа-контента	<p>Лекция 3-4 (4 часа)</p> <p>Семинар 6-10 (10 часов)</p> <p>Самостоятельная работа (20 часов)</p>	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
3.	Персонализация медиаконтента	Лекция 5 (4 часа)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по

		Семинар 11-13 (6 часов) Самостоятельная работа (20 часов)	теме лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
4.	Тема 4. Этические и практические вызовы, связанные с использованием искусственного интеллекта (ИИ) в медиаиндустрии	Лекция 6 (2 часа) Семинар 14-15 (4 часа) Самостоятельная работа (6 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	1 балл	15 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	1 балл	15 баллов
- презентация	10 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация – зачет		40 баллов

Итого за семестр	100 баллов
-------------------------	------------

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетворительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
	зачтено	<p>при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлетворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерные вопросы к зачету

1. Генерация стандартизированных новостных статей (финансовые отчеты, погодные сводки или спортивные результаты).
2. Автоматизированные системы для создания коротких новостей и отчетов.
3. Создание стандартного контента для социальных сетей, например, обновления статусов, информационные сообщения и промо-посты.
4. Эксперименты с креативным письмом, создание коротких рассказов, стихов, сценариев.
5. Анализ огромных массивов данных для выявления трендов, закономерностей и потенциально значимых историй.
6. Редактирование видео и аудиоматериалов, улучшение качества, удаление шумов и выделение ключевых моментов.
7. Предоставление инструментов для создания новых форм контента.
8. Оптимизация процесса создания контента, автоматизация рутинных и времязатратных задач.

9. Анализ оптимального времени для публикации контента и выбора наиболее подходящего формата (текст, видео, инфографика).
10. Медиа-платформы используют ИИ для определения, когда и в каком формате лучше всего публиковать определенные новости, чтобы максимизировать охват и вовлеченность аудитории.
11. Использование ИИ для автоматического распределения контента по различным платформам и каналам.
12. Автоматическая публикация и распространение статей, видео и подкастов на различных платформах в соответствии с предпочтениями целевой аудитории.
13. Алгоритмы ИИ, которые адаптируют и модифицируют контент в реальном времени в зависимости от реакции и поведения аудитории.
14. Использование алгоритмов машинного обучения для анализа интересов и поведения пользователей для предоставления персонализированной рекламы.
15. Анализ эффективности различных маркетинговых кампаний и стратегий распространения контента.
16. Использование алгоритмов машинного обучения для анализа предпочтений и интересов пользователей.
17. Использование ИИ для анализа просмотрных привычек пользователей и предлагают фильмы, сериалы или музыку, которые им скорее всего понравятся.
18. Использование алгоритмов для отслеживания интересов пользователя и предпочтений в чтении, чтобы подбирать наиболее релевантный и заинтересовывающий контент.
19. Анализ поведения пользователей в сети, их интересов, демографических данных и взаимодействия с предыдущими рекламными объявлениями для создания персонализированной рекламной стратегии.
20. Компании и медиа-платформы используют персонализированные рассылки, чтобы информировать пользователей о новых статьях, продуктах или предложениях, которые могут их заинтересовать.
21. Использование алгоритмов машинного обучения для анализа поведения пользователя на сайте и предыдущих взаимодействий с контентом для создания персонализированного контента рассылок.
22. Некоторые сайты и платформы используют ИИ для динамической адаптации контента, например, изменения заголовков или изображений в зависимости от предпочтений пользователя.
23. Алгоритмы анализируют реакцию пользователя на различные типы контента и адаптируют его для повышения вовлеченности.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Литература

Основные

Боровская Е.В., Давыдова Н.А. Основы искусственного интеллекта : учебное пособие. – М., 2024. – С. 127 // https://www.litres.ru/book/e-v-borovskaya/osnovy-iskusstvennogo-intellekta-19410127/?contentType=book&slug=osnovy-iskusstvennogo-intellekta-19410127&lfrom_processed=171129402

Носов С.С., Норкина Н.А. искусственный интеллект и экономика. Учебник. – М.: КноРус, 2023. – 400 с.

Дополнительная

Бессмертный, И. А. Системы искусственного интеллекта : учебное пособие для академического бакалавриата / И. А. Бессмертный. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2016. — 130 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8198-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/393976> (дата обращения: 02.12.2024).

Масленникова О.Е. Основы искусственного интеллекта. Учебное пособие / О.Е. Масленникова, И.В. Гаврилова. - Москва : Флинта, 2019. - 283 с. - ISBN 978-5-9765-1602-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/337972/reading> (дата обращения: 02.12.2024). - Текст: электронный.

Толмачёв, С. Г. Основы искусственного интеллекта : учебное пособие / С. Г. Толмачёв. — Санкт-Петербург : БГТУ "Военмех" им. Д.Ф. Устинова, 2017. — 132 с. — ISBN 978-5-906920-53-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/121872> (дата обращения: 02.12.2024). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Потапов А.С. Технологии искусственного интеллекта – СПб: СПбГУ ИТМО, 2010. – 218 с.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Журналист [сайт]. – Режим доступа: www.journalist-virt.ru
 JourClab [сайт]. – Режим доступа: <http://www.jourclab.ru>
 Медиалогия [сайт]. – Режим доступа: www.medialogia.ru
 Интегрум [сайт]. – Режим доступа: www.integrum.ru
 Регнум [сайт]. – Режим доступа: www.regnum.ru

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -<http://www.skrin.ru/>
 Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное

равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий

Тема 1. ИИ в создании контента

Задания:

1. Изучить деятельность агентств (Reuters, Associated Press) в плане использования автоматизированных систем для создания коротких новостей и отчетов.
2. Изучить работу маркетинговых агентств по использованию ИИ для создания и распространения контента в социальных сетях.
3. Изучить проекты (OpenAI's GPT-3,5) в плане использования возможностей ИИ в генерации креативного текстового контента.
4. Изучить работу программы по data journalism, использующую ИИ для анализа данных о преступности, политических выборах или экономических тенденциях.
5. Изучить платформы (Descript), использующие ИИ для обработки и редактирования аудио- и видеоконтента.
6. Привести примеры использования художниками и дизайнерами ИИ для создания уникальных произведений искусства и дизайна.
7. Привести примеры автоматизации исследований и сбора данных для подготовки материалов, позволяющая журналистам и контент-мейкерам сосредоточиться на творческой части работы.

Тема 2. ИИ в распространении медиа-контента

Задания:

1. Изучить работу платформ, такие как Google News и Яндекс.Новости, по использованию ИИ для создания индивидуализированных новостных лент, где контент подбирается на основе предыдущих взаимодействий пользователя с различными типами новостей.
2. Изучить работу медиа-платформ, использующих ИИ для определения, когда и в каком формате лучше всего публиковать определенные новости, чтобы максимизировать охват и вовлеченность аудитории.
3. Изучить использование ИИ для автоматической публикации и распространения статей, видео и подкастов на различных платформах в соответствии с предпочтениями целевой аудитории.
4. Изучить примеры применения ИИ в целях динамического изменения заголовков или изображений в статьях для улучшения кликабельности и вовлеченности.
5. Изучить работу рекламных платформ, такие как Google AdWords и Яндекс Директ, в плане использования ИИ для показа рекламы, наиболее соответствующей интересам конкретного пользователя.
6. Привести примеры использования компаниями ИИ для оптимизации своих маркетинговых стратегий, учитывая реакцию и вовлеченность аудитории.

Тема 3. Персонализация медиаконтента

Задания:

1. Изучить алгоритмы машинного обучения, которые анализируют предпочтения пользователей, историю просмотров и взаимодействий, чтобы создать персонализированные рекомендации.
2. Изучить использование алгоритмов для отслеживания интересов пользователя и предпочтений в чтении, чтобы подбирать наиболее релевантный и заинтересовывающий контент.
3. Изучить технологии использования ИИ в целях анализа поведения пользователей в сети, их интересов, демографических данных и взаимодействия с предыдущими рекламными объявлениями для создания персонализированной рекламной стратегии.
4. Изучить технологии использования алгоритмов машинного обучения для анализа поведения пользователя на сайте и предыдущих взаимодействий с контентом для создания персонализированного контента рассылок.

5. Изучить алгоритмы, которые анализируют реакцию пользователя на различные типы контента и адаптируют его для повышения вовлеченности.

Тема 4. Этические и практические вызовы, связанные с использованием искусственного интеллекта (ИИ) в медиаиндустрии

Задание.

1. Разработать механизмы для проверки и корректировки алгоритмов, чтобы гарантировать их объективность и нейтральность.
2. Обосновать предложения по обеспечению прозрачности использования данных, соблюдению нормативных требований по защите данных, например, ФЗ-152 в России.
3. Разработать этический кодекс и стандарты для ИИ-созданного контента, включая четкие маркеры и прозрачность его происхождения.
4. Обосновать предложения по обучению и переподготовке персонала, а также разработке гибких управленческих стратегий для интеграции ИИ.
5. Разработать алгоритмы, которые сознательно включают в информационную ленту разнообразный и вызывающий дискуссию контент.

Приложение 1. Аннотация
рабочей программы дисциплины

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Искусственный интеллект в медиакоммуникациях» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций

Целью освоения дисциплины «Искусственный интеллект в медиакоммуникациях» изучение студентами процессов применения инновационных технологий в медиакоммуникациях.

Задачи дисциплины «Искусственный интеллект в медиакоммуникациях»:

- изучить процесс применения ИИ, его структуру, объекты, субъекты, средства;
- изучить систему, методы, технологии и инструментарий ИИ;
- изучить характеристики ИИ в медиакоммуникациях;
- приобрести знания и умения, позволяющие выбирать инструменты средств ИИ с учетом различных факторов;
- изучить законодательные акты, регулирующих использование ИИ в медиакоммуникациях.

Дисциплина «Искусственный интеллект в медиакоммуникациях» направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Знает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

ПК-3.2. Производит организацию сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: специфику реализации коммуникационных программ и мероприятий с помощью ИИ; понятие «эффективность коммуникационных программ и мероприятий»; специфику сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции с помощью ИИ;

уметь: определять роль и место ИИ в процессе реализации коммуникационных программ и мероприятий; определять инструменты ИИ в целях разработки и продвижения медиапроекта; выбирать инструменты ИИ для сбора первичной информации;

владеть: навыками стратегического планирования и реализации коммуникационных программ и мероприятий с помощью ИИ; навыками применения ИИ в целях разработки и продвижения медиапроекта; навыками применения ИИ для сбора первичной информации.

По дисциплине «Искусственный интеллект в медиакоммуникациях» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Организация рекламного отдела» составляет 3 зачетных единицы.