

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В КОПИРАЙТИНГЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Уровень квалификации выпускника: магистр

Форма обучения: *очная ,заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В КОПИРАЙТИНГЕ

Рабочая программа дисциплины

Составитель(и):

Д.э.н, к.с.н, проф. Ю.Ю. Шитова

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 2 от 30.10.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины (*модуля*)

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (*модулю*), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины (*модуля*)

3. Содержание дисциплины (*модуля*)

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

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

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (*модуля*)

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

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины .

Цель дисциплины

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков в области применения искусственного интеллекта в копирайтинге, анализа и генерации текстового контента с использованием современных технологий машинного обучения и автоматизации процессов контент-маркетинга.

Задачи дисциплины

1. Изучение теоретических основ работы искусственного интеллекта в области обработки естественного языка (NLP), включая языковые модели, машинное обучение и алгоритмы генерации текстов.
2. Ознакомление с популярными AI-инструментами для копирайтинга и контент-маркетинга, их возможностями и применением в рекламных и PR-кампаниях.
3. Развитие навыков работы с языковыми моделями, таких как GPT и BERT, для создания и редактирования текстов разного формата и стилистики.
4. Овладение методами персонализации и адаптации AI-контента под различные целевые аудитории с учетом маркетинговых стратегий и потребностей бизнеса.
5. Анализ эффективности AI-контента, работа с метриками и алгоритмами оптимизации текстов для поискового продвижения (SEO).
6. Развитие критического мышления и практических навыков оценки качества AI-контента, корректировки и стилистической адаптации сгенерированных текстов.
7. Формирование понимания этических и правовых аспектов использования AI в копирайтинге, авторского права и этики автоматизированного контент-маркетинга.
8. Подготовка студентов к самостоятельной работе в сфере цифрового маркетинга и копирайтинга, использующего AI-технологии, с возможностью интеграции их в бизнес-процессы и рекламные стратегии.

Дисциплина направлена на формирование компетенций, необходимых для работы с современными AI-технологиями в рекламной и PR-деятельности, позволяя выпускникам эффективно применять полученные знания в профессиональной среде.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: основные принципы работы AI в генерации текстов, особенности стилистики и семантики машинного текста. Уметь: оценивать качество AI-текстов, выявлять ошибки и некорректные конструкции, адаптировать их для нужд бизнеса. Владеть: методами лингвистического анализа, инструментами AI-редактирования, сервисами проверки текста.

<p>ПК-4. Способен применять современные цифровые технологии в копирайтинге и контент-маркетинге.</p>	<p>ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p>	<p>Знать: основные AI-инструменты для копирайтинга (GPT, Copy.ai, Jasper), их функционал и ограничения. Уметь: генерировать и редактировать тексты с помощью AI, адаптировать их под разные форматы контента. Владеть: навыками работы с AI-платформами, методами автоматизированного редактирования и стилистического контроля.</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Искусственный интеллект в копирайтинге» относится к вариативной части блока дисциплин учебного плана программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

- Цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях;
- Планирование и реализация коммуникационных кампаний;

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

- Цифровое медиапланирование;
- Управление коммуникационными проектами;
- Подготовка к преддипломной практике и научно-исследовательской работе.

Дисциплина предоставляет магистрантам базовые и продвинутое знания в области использования искусственного интеллекта в создании рекламных и PR-материалов. Она является основой для дальнейшей профессиональной деятельности в цифровом маркетинге, контентном продакшене и AI-автоматизации.

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 30 ч., самостоятельная работа обучающихся 60 ч.

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа		
1	Введение в искусственный интеллект в копирайтинге Изучение основных понятий, принципов и истории развития AI в текстогенерации. Рассмотрение ключевых технологий, таких как GPT, BERT, T5, их влияние на копирайтинг и маркетинг.	2	2		4			10	Контрольные вопросы и практические задания
2	Методы и инструменты AI для копирайтинга Обзор популярных AI-сервисов (ChatGPT, Jasper, Copy.ai) и их применения в создании текстового контента. Разбор особенностей работы нейросетей с разными видами текстов: рекламными, журналистскими, художественными.	2	2		4			10	Контрольные вопросы и практические задания
3	AI-редактирование и стилистическая оптимизация текстов Анализ качества текстов, созданных AI. Методы устранения	2	2		4			10	Контрольные вопросы и практические задания

	ошибок, адаптации стиля под аудиторию и бренд. Использование AI-инструментов для проверки уникальности и улучшения читаемости.							
4	AI в SEO-копирайтинге и персонализации контента Роль AI в автоматизированной оптимизации текстов для поисковых систем. Работа с ключевыми словами, LSI-анализа, персонализация контента на основе данных пользователя.	2	2		4		10	<i>Контрольные вопросы и практические задания</i>
5	Этика и будущее AI в копирайтинге Рассмотрение юридических и моральных аспектов использования AI в текстах. Дискуссия о возможностях и рисках AI в творческой индустрии. Будущие перспективы искусственного интеллекта в маркетинге и PR.	2	2		4		10	<i>Контрольные вопросы и практические задания</i>
	Зачет	2					10	<i>Итоговый контрольный опрос</i>
	Итого	2	10	0	20		60	

7

3. Содержание дисциплины (модуля)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Введение в искусственный интеллект в копирайтинге	Определение и ключевые понятия AI в создании текстов. История и развитие AI в копирайтинге. Основные технологии: нейросетевые модели, машинное обучение, обработка естественного языка (NLP). Примеры успешного использования AI в маркетинге и контент-продакшене.
2	Методы и инструменты AI для копирайтинга	Обзор современных AI-сервисов для текстогенерации (ChatGPT, Jasper, Copy.ai и др.). Сравнение возможностей различных моделей.

		Настройка параметров генерации текста. Примеры создания рекламных, информационных и сценарных текстов с использованием AI.
3	AI-редактирование и стилистическая оптимизация текстов	Способы оценки качества AI-контента. Методы редактирования и корректировки текстов: устранение тавтологии, повышение логичности, адаптация под целевую аудиторию. Использование AI-инструментов для стилистического анализа, проверки уникальности и читабельности.
4	AI в SEO-копирайтинге и персонализации контента	Оптимизация текстов с помощью AI: работа с ключевыми словами, анализ семантики, автоматическая адаптация контента под поисковые системы (SEO). Применение AI для персонализации контента: анализ предпочтений аудитории, адаптация текстов под разные сегменты пользователей.
5	Этика и будущее AI в копирайтинге	Вопросы авторского права и моральные аспекты использования AI-текстов. Ограничения и возможные риски AI-контента (дезинформация, плагиат). Будущие направления развития AI в копирайтинге и маркетинге. Дискуссия о роли человека и машинного интеллекта в создании контента.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
1	2	3	4
1	Введение в искусственный интеллект в копирайтинге	<i>Лекция 1. Семинары 1-2. Самостоятельная работа</i>	Лекция с использованием визуальных материалов. Обсуждение контрольных вопросов. Семинар с применением прикладного ПО. Решение практических заданий. Консультирование и проверка домашних заданий.
2	Методы и инструменты AI для копирайтинга	<i>Лекция 2. Семинары 3-4. Самостоятельная работа</i>	Лекция с использованием визуальных материалов. Обсуждение контрольных вопросов. Семинар с применением прикладного ПО. Решение практических заданий. Консультирование и проверка домашних заданий.
3	AI-редактирование и стилистическая оптимизация	<i>Лекция 3. Семинары 5-6. Самостоятельная работа</i>	Лекция с использованием визуальных материалов. Обсуждение контрольных вопросов. Семинар с применением

	текстов		прикладного ПО. Решение практических заданий. Консультирование и проверка домашних заданий.
4	AI в SEO-копирайтинге и персонализации контента	<i>Лекция 4. Семинар 7-8. Самостоятельная работа</i>	Лекция с использованием визуальных материалов. Обсуждение контрольных вопросов. Семинар с применением прикладного ПО. Решение практических заданий. Консультирование и проверка домашних заданий.
5	Этика и будущее AI в копирайтинге	<i>Лекция 5. Семинар 9-10. Самостоятельная работа</i>	Лекция с использованием визуальных материалов. Обсуждение контрольных вопросов. Семинар с применением прикладного ПО. Решение практических заданий. Консультирование и проверка домашних заданий.

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.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - контрольные опросы - доклад, реферат - практические задания	5 баллов	20 баллов
	5 баллов	10 баллов
	10 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация		40 баллов
Итоговый контрольный опрос		
Итого за семестр зачёт		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/ А,В	«отлично»/ «зачтено (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/ С	«хорошо»/ «зачтено (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	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки 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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	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. 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. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

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

Контрольные вопросы и задания

1. Что такое искусственный интеллект в копирайтинге и какие технологии лежат в его основе?
2. Какие основные модели нейросетей используются для генерации текстов?
3. В чем разница между GPT, BERT и T5?
4. Какие преимущества и ограничения имеет AI-копирайтинг по сравнению с традиционным?
5. Как работают популярные AI-инструменты для создания контента (ChatGPT, Jasper, Copy.ai)?
6. Какие факторы влияют на качество AI-сгенерированного текста?
7. Какие методы стилистической оптимизации текстов применяются в AI-копирайтинге?
8. Как AI может помочь в анализе и редактировании текстов?
9. Какие сервисы используются для проверки уникальности AI-текстов?
10. Как AI используется для автоматической персонализации контента?
11. Какие алгоритмы применяются для SEO-оптимизации текстов с помощью AI?
12. В чем заключаются ключевые принципы работы AI с семантикой текста?
13. Как AI анализирует предпочтения аудитории и адаптирует контент?
14. Какие существуют способы применения AI в создании рекламных текстов?
15. Какие юридические и этические вопросы возникают при использовании AI-контента?
16. В чем основные риски распространения AI-текстов?
17. Как AI влияет на развитие маркетинга и контент-продакшена?
18. Какие методы анализа эффективности AI-сгенерированного контента используются?
19. Как AI может помочь в разработке стратегий контент-маркетинга?
20. Какие перспективы развития AI-копирайтинга можно ожидать в ближайшем будущем?

Примеры тем рефератов и докладов

1. История и развитие искусственного интеллекта в копирайтинге
2. Сравнительный анализ нейросетевых моделей GPT, BERT и T5
3. Популярные AI-инструменты для копирайтинга: возможности и ограничения
4. Методы оценки качества текстов, созданных искусственным интеллектом
5. Как AI изменил процесс создания рекламных текстов
6. Использование искусственного интеллекта в SEO-копирайтинге
7. Алгоритмы персонализации контента с помощью AI
8. AI и креативность: может ли искусственный интеллект заменить человека в написании текстов?
9. Этические аспекты и проблемы авторского права в AI-копирайтинге
10. Будущее AI-копирайтинга: перспективы развития и возможные ограничения
11. Машинное обучение и обработка естественного языка (NLP) в текстогенерации
12. Как AI помогает адаптировать контент под разные целевые аудитории
13. Автоматизация редакторской работы с помощью AI
14. Машинный перевод и AI: сравнение с человеческим переводом
15. Использование искусственного интеллекта для генерации сценариев и художественных текстов
16. Как AI влияет на цифровой маркетинг и стратегию контент-продакшена
17. Сравнение AI-копирайтинга и традиционных методов написания текстов
18. Применение нейросетей в создании продающих текстов и лендингов
19. Роль искусственного интеллекта в развитии контент-маркетинга
20. AI в журналистике: автоматизированные новости и их восприятие аудиторией

Примеры практических заданий

1. Создание статьи с использованием AI

- Сгенерировать текст на заданную тему с помощью ChatGPT или Jasper.
- Проанализировать его качество, исправить ошибки, адаптировать стиль под аудиторию.

2. Редактирование AI-текста

- Взять сгенерированный искусственным интеллектом текст и провести его стилистическую правку.
- Улучшить логичность, убрать повторения, повысить читабельность.

3. SEO-оптимизация AI-текста

- Используя AI, создать статью и оптимизировать ее под SEO (ключевые слова, структура, метаописание).
- Провести анализ SEO-эффективности с помощью Yoast SEO, Surfer SEO или Ahrefs.

4. Создание рекламных текстов с AI

- Разработать три варианта рекламного слогана с использованием AI.
- Провести тестирование восприятия аудитории и выбрать лучший вариант.

5. Персонализация контента с AI

- Сгенерировать текст для разных сегментов аудитории (молодежь, бизнесмены, домохозяйки).
- Оценить, как изменяется структура и стиль текста в зависимости от ЦА.

6. Сравнение AI-генерации с человеческим текстом

- Написать небольшой текст вручную и сгенерировать аналогичный с AI.
- Провести анализ различий по стилю, информативности, уникальности.

7. Работа с AI в переводе текстов

- Перевести текст с помощью нейросети (DeepL, ChatGPT) и сравнить с профессиональным переводом.
- Выявить слабые места и предложить корректировки.

8. Анализ правовых аспектов AI-копирайтинга

- Исследовать кейсы, связанные с авторским правом на AI-тексты.
- Подготовить рекомендации по правомерному использованию AI-контента.

9. Разработка AI-стратегии контент-маркетинга

- Разработать стратегию контент-маркетинга с использованием AI.
- Определить, какие процессы можно автоматизировать, какие требуют человеческого участия.

10. Создание AI-чатбота для генерации текстов

- Настроить Telegram-бота, который будет генерировать тексты на заданные темы.
- Проверить качество выдачи и предложить улучшения.

11. Тестирование A/B текстов, созданных AI

- Создать два варианта заголовков/описаний товара с AI.
- Провести тестирование на реальной или симулированной аудитории.

12. Настройка AI для написания сценариев

- Сгенерировать сценарий для YouTube-рекламы с помощью AI.
- Провести редактирование и адаптацию под бренд.

13. Анализ восприятия AI-текстов

- Дать группе людей AI- и человеческий текст без указания источника.
- Собрать отзывы и проанализировать, какие отличия замечает аудитория.

14. Создание лендинга с AI-контентом

- Используя AI, создать текст для посадочной страницы.
- Адаптировать его с учетом структуры эффективного лендинга.

15. Работа с негативными последствиями AI-текстов

- Найти примеры неудачных AI-текстов (некорректный перевод, несоответствие фактам).
- Предложить стратегии исправления и предотвращения таких ситуаций.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература:

1. **Крылов В., Пыхтеев А.** *Нейросети для бизнеса и SMM*. — Литрес, 2024. <https://www.litres.ru/book/artem-pyhteev/neyroseti-dlya-biznesa-i-smm-70896652/>
2. **GPT, Томас Иэн С., Ван Жасмин.** Искусственный интеллект отвечает на величайшие вопросы человечества. Лёд, 2023, <https://www.labirint.ru/books/934293/>
3. **Mark A.** Copywriting Secrets With AI For Writers. Andrew Mark, 2023.
4. **Jacob McMillen,** The cyborg guide to ai copywriting: A Comprehensive Guide To AI Copywriting For Writers, Freelancers, and Solopreneurs, <https://jacobmcmillen.com/ai-copywriting-guide/>
5. AI Copywriting tool, <https://manuals.dg1.com/manuals/getting-started/ai-copywriting-tool.html>

Онлайн-курсы и руководства

1. **«Создание контента с помощью AI: практическое руководство»** — 4Limes (<https://4limes.com/kurs-kontent-ai>) Курс помогает маркетологам эффективно использовать AI для создания качественного и оптимизированного контента, что увеличивает видимость и конверсию.
2. **«Обучение нейросетям с нуля: подробный курс по работе с AI»** — Ryba.team. (<https://ryba.team/courses/ai>) Онлайн-курс, обучающий использованию нейросетей для работы с контентом и текстами, полезный для редакторов, копирайтеров и маркетологов.

Статьи и блоги

1. **«AI копирайтинг: как использовать искусственный интеллект для экономии вашего времени»** — SUPA. (<https://supa.ru/blog/posts/ai-kopiraitingh-kak-ispolzovat-iskusstviennyi-intielliekt-dlia-ekonomii-vashiegho-vriemieni>) Статья описывает преимущества AI-копирайтинга, особенно при создании большого количества однотипных текстов, и его роль в оптимизации контента для SEO.
2. **«AI копирайтинг: Создание качественного контента с помощью ИИ»** — Bizzzdev. (<https://bizzzdev.com/ru/copywriting-with-ai>) Обзор использования AI в копирайтинге, включая экономию времени и ресурсов, создание персонализированного контента и повышение вовлеченности аудитории.
3. **«Как использовать AI для создания контента»** — Никита Титов. (<https://dzen.ru/a/Z4Yy5wYSLyYMIU5n>) Статья рассматривает инструменты AI, такие как Jasper AI и Copy.ai, для создания высококачественных текстов по заданным критериям.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС) (2020 г.)

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Профессиональные ресурсы сети «Интернет»

1. Российский портал открытого образования – <http://www.openet.ru/>
2. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» – <http://ecsocman.hse.ru/>
3. Федеральный портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» – <http://www.ict.edu.ru/>
4. Федеральный правовой портал «Юридическая Россия» – <http://www.law.edu.ru/>

Дополнительные ресурсы сети «Интернет»

1. <http://kafmr.rsuh.ru/> — сайт кафедры маркетинга и рекламы, факультета управления, института экономики, управления и права РГГУ. Сайт создан для информирования студентов и преподавателей, взаимодействия между ними. На сайте публикуются материалы, касающиеся маркетинговой тематики.
2. www.marketologi.ru — сайт Гильдии маркетологов. Публикует только работы по маркетингу членов Гильдии. Есть форум. Всегда можно познакомиться с повесткой дня очередного заседания Гильдии, узнать о ее устремлениях и членстве. Опубликован краткий (1000 терминов) словарь по маркетингу.
3. **HIX.AI** (<https://hix.ai/ru>) — универсальный помощник для письма
4. **Jasper** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/jasper-ai-alternative>) — инструмент для фирменного маркетингового контента
5. **Copy.ai** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/copy-ai-alternative>) — маркетинговый союзник на базе искусственного интеллекта
6. **Grammarly** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/grammarly-alternative>) — помощник для корректировки текстов

7. **QuillBot** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/quillbot-alternative>) — решение для перефразирования и улучшения контента
8. **Wordtune** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/wordtune-alternative>) — средство для персонализированного написания текстов
9. **Writesonic** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/writesonic-alternative>) — инструмент для создания контента
10. **Inkforall** (<https://inkforall.com/>) — сервис для создания контента и SEO-оптимизации
11. **Rytr** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/rytr-alternative>) — инструмент для многоязычного письма
12. **Moonbeam** (<https://gomoonbeam.com/>) — сервис для написания длинных текстов
13. **TextCortex** (<https://textcortex.com/>) — инструмент для небольших команд и индивидуальных пользователей
14. **Scalenut** (<https://www.scalenut.com/>) — сервис для создания оригинального, SEO-оптимизированного контента
15. **GoCharlie** (<https://gocharlie.ai/>) — инструмент для создания академического контента
16. **Texta** (<https://texta.ai/>) — сервис для создания уникального контента без плагиата
17. **Notion AI** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/notion-ai-alternative>) — средство для автоматизации создания контента
18. **Anyword** (<https://writer.hix.ai/ru/alternatives/anyword-alternative>) — инструмент для создания краткого контента
19. **Copyspace** (<https://www.copyspace.ai/>) — сервис для комплексного создания контента
20. **Cohesive** (<https://cohesive.so/>) — инструмент для усиления креативности при создании контента
21. **Simplified** (<https://simplified.com/>) — универсальный инструмент для создания контента
22. **LongShot AI** (<https://www.longshot.ai/>) — сервис для генерации проверенного контента

Электронно-библиотечные системы и базы данных

1. ЭБС Znanium.com – <http://znanium.com/>
2. ЭБС ЮРАЙТ – <https://www.biblio-online.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Лекционный курс дисциплины имеет мультимедийное сопровождение. Для обеспечения лекционного курса необходимы компьютер и проектор, а также программное обеспечение, для показа презентаций и различных материалов.

Семинарские и практические занятия предполагают выполнение практических заданий на компьютере в компьютерных классах, представление презентаций, демонстрацию творческих работ. В соответствии с этим, для успешного освоения дисциплины необходимы компьютеры с доступом в интернет, проектор, а также программное обеспечение, для анализа данных, показа презентаций и различных материалов.

Состав программного обеспечения (ПО) (2020 г.)

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное

8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

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, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы лекций

1. **Введение в искусственный интеллект в копирайтинге**
 - Основные понятия и история развития
 - Обзор современных AI-технологий в контентном производстве
 - Применение ИИ в рекламе и PR
2. **Генеративные модели текста и их применение**
 - Как работают языковые модели (GPT, BERT и др.)
 - Принципы обработки естественного языка (NLP)
 - Практические примеры генерации рекламных текстов
3. **Алгоритмы и инструменты AI для копирайтинга**
 - Популярные сервисы и платформы (ChatGPT, Jasper, Copy.ai и др.)
 - Анализ успешных кейсов использования ИИ в маркетинге
 - Этические аспекты и правовые вопросы
4. **Персонализация и автоматизация контента с AI**
 - AI в анализе аудитории и создании таргетированных сообщений
 - Динамическая генерация рекламных объявлений
 - Использование AI в SEO-оптимизации текстов
5. **Будущее AI в копирайтинге и маркетинге**
 - Тренды и перспективы развития AI в текстовых технологиях
 - Синергия AI и креативного копирайтинга
 - Практика внедрения AI в бизнес-процессы

9.2. Планы практических занятий

Практические занятия к лекции 1: Введение в искусственный интеллект в копирайтинге

1. **Анализ современных AI-инструментов в копирайтинге**
 - Обзор сервисов (ChatGPT, Jasper, Copy.ai и др.).
 - Сравнение возможностей и тестирование разных платформ.
2. **Создание и редактирование текстов с AI**
 - Генерация коротких рекламных текстов и постов в соцсетях.
 - Анализ корректности и стилистической адаптации полученного контента.

Практические занятия к лекции 2: Генеративные модели текста и их применение

3. **Работа с языковыми моделями (GPT, BERT и др.)**
 - Создание текстов на заданную тему с использованием разных языковых моделей.
 - Эксперимент с вариативностью запросов (промт-инжиниринг).
4. **Анализ и улучшение сгенерированных AI-текстов**
 - Проверка текстов на осмысленность, грамматическую корректность и уникальность.
 - Редактирование AI-текстов для повышения их качества и соответствия целям.

Практические занятия к лекции 3: Алгоритмы и инструменты AI для копирайтинга

5. Использование AI для создания рекламных кампаний

- Разработка рекламных объявлений и заголовков с AI.
- Тестирование различных форматов (баннерная реклама, email-маркетинг и др.).

6. Этика и правовые аспекты использования AI

- Разбор кейсов нарушения авторских прав при генерации AI-контента.
- Создание «безопасного» AI-текста с учетом законодательных норм.

Практические занятия к лекции 4: Персонализация и автоматизация контента с AI

7. Настройка AI-контента под целевую аудиторию

- Анализ характеристик аудитории и адаптация AI-текстов под разные сегменты.
- Практика тональной адаптации (формальный стиль, молодежный сленг и т. д.).

8. Использование AI для SEO-оптимизации текстов

- Создание AI-оптимизированных статей и описание ключевых слов.
- Проверка AI-текстов на соответствие SEO-требованиям (ключевые слова, структура, метаописания).

Практические занятия к лекции 5: Будущее AI в копирайтинге и маркетинге

9. Автоматизация контент-маркетинга с AI

- Генерация контент-плана для блога с использованием AI.
- Автоматическое составление сценариев рассылок, постов и рекламных объявлений.

10. Прогнозирование трендов с AI в маркетинге

- Анализ данных с помощью AI и выявление тенденций.
- Разработка стратегии использования AI в контент-маркетинге на будущее.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Научное сообщение на базе доклада или реферата является квалификационной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада студент должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя.

В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с предметом «Маркетинговый анализ больших данных».

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;

- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры, как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
 2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
 3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.
- Предлагаемая студентам тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблеме, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с руководителем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам студента.

Требования к содержанию и структуре текста

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Однако каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список используемых источников и литературы.

9.3. Иные материалы

Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа является одним из видов учебных занятий. Цель самостоятельной работы – практическое усвоение студентами вопросов разработки стратегий поведения рыночных агентов на основе знания биологических основ экономического поведения индивидуальных и групповых потребителей.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Задачи самостоятельной работы студента:

- развитие навыков самостоятельной учебной работы;
- освоение содержания дисциплины;
- углубление содержания и осознание основных понятий дисциплины;
- использование материала, собранного и полученного в ходе самостоятельных занятий для эффективной подготовки к экзамену.

Виды внеаудиторной самостоятельной работы:

- самостоятельное изучение отдельных тем дисциплины;
- подготовка к полевому исследованию, творческим типовым заданиям;
- выполнение домашних заданий по закреплению тем.

Для выполнения любого вида самостоятельной работы необходимо пройти следующие этапы:

- определение цели самостоятельной работы;
- конкретизация познавательной задачи;
- самооценка готовности к самостоятельной работе;
- выбор адекватного способа действия, ведущего к решению задачи;
- планирование работы (самостоятельной или с помощью преподавателя) над заданием;
- осуществление в процессе выполнения самостоятельной работы самоконтроля (промежуточного и конечного) результатов работы и корректировка выполнения работы;
- рефлексия;
- презентация работы.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «**Искусственный интеллект в копирайтинге**» направлена на изучение методов, технологий и инструментов искусственного интеллекта для создания, редактирования и оптимизации текстового контента. Курс охватывает вопросы применения AI в рекламных, маркетинговых и информационных текстах, анализирует перспективы его развития и интеграции в цифровые коммуникации.

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся теоретические знания и практические навыки использования искусственного интеллекта в копирайтинге, научить работать с AI-инструментами, адаптировать сгенерированные тексты и повышать их эффективность в различных форматах контента.

Задачи дисциплины:

- Изучение основ обработки естественного языка (NLP) и принципов работы нейросетей для текстогенерации;
- Освоение AI-инструментов (ChatGPT, Copy.ai, Jasper, Rytr и др.) для создания контента;
- Развитие навыков стилистической, структурной и SEO-оптимизации текстов с использованием AI;
- Формирование умений адаптации AI-текстов под целевую аудиторию и брендовые требования;
- Анализ этических, правовых и креативных аспектов использования AI в копирайтинге.

Ключевые темы дисциплины:

- Основные технологии AI в копирайтинге и контент-маркетинге;
- Автоматизированное создание рекламных и информационных текстов;
- AI-редактирование, устранение ошибок и стилистическая корректировка;
- Персонализация контента и его SEO-оптимизация с помощью AI;
- Этические, правовые и авторские аспекты использования искусственного интеллекта в создании текстов;
- Будущее AI в копирайтинге и его влияние на маркетинговую индустрию.

Форма проведения занятий:

Курс включает в себя лекции, практические занятия, работу с кейсами, анализ реальных AI-контента, а также групповые и индивидуальные проекты. Обучающиеся получают возможность протестировать AI-инструменты, провести сравнительный анализ AI-текстов и научиться эффективно интегрировать искусственный интеллект в процесс копирайтинга.

Результаты освоения дисциплины:

В результате изучения дисциплины обучающиеся смогут:

- Использовать современные AI-инструменты для генерации текстового контента;
- Анализировать качество и корректировать AI-тексты в соответствии с задачами бизнеса;
- Разрабатывать рекламные, маркетинговые и SEO-оптимизированные тексты с помощью AI;

- Оценивать эффективность AI-контента с использованием аналитических инструментов;
- Понимать юридические и этические аспекты применения AI в копирайтинге.

Дисциплина предназначена для магистрантов направления «**Реклама и связи с общественностью**», а также специалистов, работающих в сфере контент-маркетинга, digital-маркетинга и AI-разработок в медиаиндустрии.

По дисциплине предусмотрена **промежуточная аттестация в форме зачета**. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет **3 зачетных единицы**.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола

|