

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 Использование нейросетей в пиар-деятельности

Учебный план: _____ ФГОС3++m420401-1_26-12.plx

Кафедра:

0

Направление подготовки:
(специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки:
(специализация)

Реклама и современные коммуникации в бизнесе

Уровень образования:

магистратура

Форма обучения:

очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
4	УП	16	16	75,75	0,25	3	Зачет
	РПД	16	16	75,75	0,25	3	
Итого	УП	16	16	75,75	0,25	3	
	РПД	16	16	75,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Формирование у студентов магистратуры системы теоретических знаний и прикладных компетенций в области интеграции технологий искусственного интеллекта (генеративных нейросетей, LLM, компьютерного зрения) в стратегические и тактические процессы PR-деятельности, включая аналитику, креацию, коммуникацию и антикризисное управление.

1.2 Задачи дисциплины:

Изучить теоретические основы и архитектуру нейросетей, используемых в рекламе.

Освоить практические методы генерации рекламного контента (текст, изображение, видео, аудио) с помощью нейросетей.

Сформировать навыки автоматизации медиапланирования, таргетирования и аналитики на базе ИИ.

Развить способность критически оценивать и дорабатывать контент, созданный нейросетями, с учетом этических и правовых норм.

Приобрести компетенции по управлению проектами внедрения нейросетей в деятельность рекламных служб и агентств.

Подготовить основу для научных исследований и выпускной квалификационной работы в области применения ИИ в рекламных коммуникациях.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-3: Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.
Знать: принципы построения прямых и опосредованных коммуникаций с использованием нейросетевых технологий в PR
Уметь: интегрировать нейросети в каналы коммуникации для генерации контента, таргетинга и обратной связи с целевыми аудиториями
Владеть: методами управления диалоговыми и асинхронными коммуникациями посредством ИИ-инструментов для повышения эффективности PR-воздействия.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Стратегические основы применения нейросетей в PR	4				С
Тема 1. Эволюция PR-технологий и место генеративного ИИ		1	1	8	
Тема 2. Промпт-инжиниринг как базовый навык PR-менеджера		1	1	8	
Тема 3. Мониторинг и прогнозирование инфополя с помощью LLM		2	2	8	
Раздел 2. Прикладные инструменты и создание PR-контента					С
Тема 4. Генерация текстовых PR-материалов		2	2	8	
Тема 5. Синтез визуального контента		2	2	8	
Тема 6. Видео, аудио и дипфейки в связях с общественностью		2	2	8	
Раздел 3. Управление проектами, рисками и правовое регулирование					С
Тема 7. Интеграция нейросетей в работу PR-агентства и департамента		2	2	8	
Тема 8. Репутационные и юридические риски использования нейросетей		2	2	10	
Тема 9. Будущее профессии: создание PR-продуктов на базе ИИ		2	2	9,75	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		16	16	75,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		32,25		75,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-3	способность разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии с использованием технологий искусственного интеллекта (знание архитектуры и возможностей нейросетей для генерации PR-контента, анализ и отбор релевантных нейросетевых инструментов под PR-задачи, создание промптов для генерации пресс-релизов, постов и сценариев, интеграция нейросетей в процесс медиапланирования и оценки эффективности PR-кампаний).

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	студент демонстрирует понимание принципов работы нейросетей, корректно выбирает инструменты (ChatGPT, Midjourney, SMM-боты) для типовых PR-задач (генерация идей, постинг, мониторинг) и обосновывает их применение	
Не зачтено	студент не может сформулировать запрос, путает возможности разных нейросетей или не видит этических рисков (фейки, плагиат)	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 4	
1	Понятие и классификация нейросетей, применяемых в пиар деятельности.
2	Основные принципы работы генеративных нейросетей.
3	Возможности нейросетей для анализа тональности публикаций о компании.
4	Этические проблемы использования нейросетей в связях с общественностью.
5	Способы генерации текстов для пресс-релизов с помощью нейросетей.
6	Роль нейросетей в прогнозировании информационных кризисов.
7	Использование нейросетей для создания визуального контента в пиар кампаниях.
8	Ограничения и риски автоматизации пиар задач нейросетями.
9	Методы обучения нейросетей на отраслевых данных для пиар специалиста.
10	Применение нейросетей для персонализации обращений к целевым аудиториям.
11	Сравнение эффективности работы нейросетей и человека в подготовке пиар материалов.
12	Использование нейросетей для мониторинга и анализа социальных медиа.
13	Юридические аспекты использования материалов, созданных нейросетями.
14	Построение системы подсказок для получения качественных пиар текстов.
15	Роль нейросетей в управлении репутацией в сети интернет.
16	Использование нейросетей для перевода и адаптации пиар сообщений для разных регионов.
17	Оценка качества результатов работы нейросетей в пиар деятельности.
18	Способы защиты конфиденциальных данных при работе с публичными нейросетями.
19	Применение нейросетей для анализа конкурентной среды в рекламе и связях с общественностью.
20	Перспективы развития нейросетевых технологий в сфере пиар.

6.3.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрены

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Разработайте промпт для нейросети, чтобы сгенерировать пост для официального аккаунта компании в социальной сети. Тема поста: запуск благотворительной акции. Укажите исходные данные о компании, целевую аудиторию и желаемую тональность текста. Приложите полученный от нейросети результат и его критический разбор.

Создайте план антикризисного сообщения для публикации на сайте организации. Используйте нейросеть для формулировки трех вариантов заголовков и вступительного абзаца. Исходные данные: компания отзывает партию продукции из-за обнаруженного брака. Оцените корректность предложений нейросети с точки зрения этики и репутационных рисков.

С помощью текстовой нейросети сгенерируйте десять вопросов для интервью с первым лицом компании. Тема интервью: итоги года и стратегия развития. Отберите пять наиболее уместных вопросов с учетом интересов стейкхолдеров. Обоснуйте свой выбор.

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Допуск: Студент допускается к зачету при выполнении всех требований рабочей программы (посещаемость, текущие работы).

Явка: Студент является в назначенное время.

Выбор задания: Студент устно отвечает на вопросы билета или по перечню, установленному преподавателем.

Подготовка: Предоставляется время на обдумывание (15–30 мин), разрешаются черновики.

Ответ: Студент устно излагает материал, преподаватель задает дополнительные вопросы для проверки глубины понимания.

Оценка: Выставляется «зачтено» (при полном, грамотном ответе) или «не зачтено» (при грубых ошибках, отказе отвечать).

Фиксация: Результат вносится в ведомость в день проведения зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Е. Б. Атрушкевич	Интернет-маркетинг. Часть I: учеб. пособие	СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД	2024	https://nizrp.narod.ru/metod/kafmenedgiprava/1715179105.pdf
Заика, А. А.	Локальные сети и интернет	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/89442.html
Сафонова, Л. А., Смоловик, Г. Н., Королева, В. П.	Интернет-маркетинг	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2019	http://www.iprbookshop.ru/90586.html

Грэм, Пол, Ашин, С., Давыдов, Н., Журба, А., Калаев, Д., Бородич, А., Руди, Е., Зобнина, М., Крайнов, М., Митюшин, Н., Красинский, И., Шабалин, К., Владимирская, А., Белоусов, С., Анисимов, О., Махаринский, К., Лапук, М., Чихачёв, Д., Соловьев, А., Фалалеев, Д., Сухова, К., Фазлыев, Р., Галицкий, А., Нурбеков, И., Рябенский, И., Зобниной, М. Р.	Стартап-гайд: Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес	Москва: Альпина Пабlishер	2019	http://www.iprbookshop.ru/82519.html
Шпаковский, В. О., Розенберг, Н. В., Егорова, Е. С.	Интернет-журналистика и интернет-реклама	Москва: Инфра- Инженерия	2018	http://www.iprbookshop.ru/78258.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Ревенков П. В.	Финансовый мониторинг в условиях интернет- платежей	Москва: ЦИПСИ	2016	http://www.iprbookshop.ru/41954.html
Алашкин П., Суворова П.	Все о рекламе и продвижении в Интернете	Москва: Альпина Пабlishер	2016	http://www.iprbookshop.ru/49301.html
Аверченков, В. И., Рощин, С. М.	Мониторинг и системный анализ информации в сети Интернет	Брянск: Брянский государственный технический университет	2012	http://www.iprbookshop.ru/7001.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

СКАН-Интерфакс (система оценки репутации и мониторинга СМИ) - <https://scan-interfax.ru> , Медиалогия (система мониторинга и анализа СМИ) - <https://www.mlg.ru>, Национальная электронная библиотека (НЭБ) - <https://rusneb.ru>, Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО) - <https://raso.ru> , Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <https://www.elibrary.ru>, GigaChat (нейросеть Сбера) - <https://giga.chat> , YandexGPT (нейросеть Яндекса) - <https://yandex.ru/gpt> , Kandinsky (генерация изображений) - <https://kandinsky.ru> , Шедеврум (генерация изображений от Яндекса) - <https://shedevrum.ai> , Neuro-Холст (доступ к Midjourney и DALL-E) - <https://neuro-holst.ru> .

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска