

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Высшая школа предпринимательства
Факультета экономики и бизнеса

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете институтов и школ
дополнительного профессионального
образования

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по дополнительному
профессиональному образованию

Протокол от 15.11.24 № 44


Е.А. Диденко
«15» ноября 2024г.



ПРОГРАММА

Повышения квалификации

«Применение искусственного интеллекта в маркетинге»

Москва - 2024

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Применение искусственного интеллекта в маркетинге»

Общая характеристика программы

Цель программы - формирование и совершенствование у слушателей компетенций, необходимых для обновления знаний, совершенствования навыков по различным аспектам профессиональной деятельности в области организации маркетинговой деятельности и управления маркетинговой деятельностью, развитие компетенций в области теории и практики использования искусственного интеллекта в маркетинге и предпринимательской деятельности.

Наименование профессиональных стандартов, квалификационных справочников, используемых при разработке ДПП:

Профессиональный стандарт 08.035 «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.11.2023 № 790н

Профессиональный стандарт 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.02.2019 № 95н

ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. N 512 (с изменениями и дополнениями)

Профессиональный стандарт 07.013 «Специалист цифровой трансформации документированных сфер деятельности организации», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 31 марта 2021 г. N 192н

Справочник квалификационных требований <https://classinform.ru/>

Перечень профессиональных компетенций в рамках имеющейся квалификации, качественное изменение которых осуществляется в процессе обучения:

- способность проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга и технологий искусственного интеллекта;
- способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, в частности искусственный интеллект;
- способность реализовать контекстно-медийную стратегию продвижения в информационно- телекоммуникационной сети "Интернет" с помощью технологий искусственного интеллекта;
- способность подбора инструментов и технологий искусственного интеллекта для решения маркетинговых задач,

- способность проведения анализа результатов реализации стратегии продвижения, планирования, запуска и анализа результатов рекламных кампаний, созданных при помощи искусственного интеллекта;
- способность составления технических заданий по подготовке медийного контента и создания контента через генерацию текстов и визуалов при помощи искусственного интеллекта;
- способность проводить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров (услуг, брендов) при помощи искусственного интеллекта;
- способность применять инструменты анализа обработки и интерпретации больших объемов данных для определения тенденций изменения спроса и прогнозирования трендов и предсказания изменений на рынке, а также адаптации стратегий в соответствии с ними.

Планируемые результаты обучения по программе

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность и этические нормы использования искусственного интеллекта в России и зарубежом;
- Основы методов интеллектуального анализа данных, статистики, моделирования, машинного обучения и искусственного интеллекта;
- Инструменты маркетинговых коммуникаций;
- Особенности функционирования современных систем контекстно-медийной рекламы;
- Способы систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации;
- Методы проведения маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- Методы использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований и управления большими базами маркетинговых данных;
- Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации;
- принципы работы нейронных сетей и алгоритмов LLM;
- о рисках применения искусственного интеллекта.

Уметь:

- Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной кампании
- Применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- Определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
- Использовать методы, программы и сервисы анализа поведения;

- Осуществлять постановку задач исследования исходя из целей, выявленных проблем и возможностей, с учетом особенностей стратегии взаимоотношений с клиентами исследуемого типа рынка;
- проводить исследования рынка: сбор информации о рынке, конкурентах и потребителях;
- формировать и прописывать шаги стратегий продвижения: разрабатывать комплексные планы по продвижению продуктов или услуг.
- использовать аналитические инструменты и программы, созданные на основе искусственного интеллекта,

Владеть:

- навыками проведение работ по реализации стратегии продвижения с помощью технологий искусственного интеллекта;
- навыками создания рекламных материалов, разработкой текстов и визуальных материалов для различных платформ;
- методами проведения исследований рынка при помощи технологий и инструментов искусственного интеллекта;
- навыком сбора информации о рынке, конкурентах и потребителях;
- формированием стратегий продвижения, разработкой комплексных планов по продвижению продуктов или услуг;
- навыками проведение аналитических работ по изучению конкурентов;
- навыками использования аналитических инструментов, оценкой их эффективности.

Федеральное государственное образовательное бюджетное
Учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Высшая школа предпринимательства
Факультета экономики и бизнеса

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете институтов и школ
дополнительного профессионального
образования

Протокол от 15.11.24 № 44

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по дополнительному
профессиональному
образованию


Е.А. Диденко
«15» 11 2024 г.



УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Программа повышения квалификации
**«Применение искусственного интеллекта
в маркетинге»**

Требования к уровню образования слушателей	Лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; Лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.
Категория слушателей	Руководители организаций и предприятий, специалисты в области коммуникаций и маркетинга, предприниматели, выпускники вузов, желающие применять технологии искусственного интеллекта, машинного обучения, обработки больших данных в целях эффективного продвижения товаров и услуг, а также развития бизнеса.
Срок освоения программы	72 часа, 1 месяц
Форма обучения	Очно-заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (ЭО и ДОТ)
Режим занятий	4 - 8 часов в день

№ № п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоемкость		В том числе				Форма контроля
				Контактная работа			Самостоятельная работа*	
		В зачет ных едини цах	В часах	Все го	из них			
					Ле кц ии	Прак тиче ские занят ия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Модуль 1. Искусственный интеллект		8	8	8	-	-	Зачет
2	Модуль 2 Современные подходы к маркетингу		18	10	10	-	8	Зачет
3	Модуль 3 ИИ-маркетинг		20	10	6	4	10	Зачет
4	Модуль 4 Формирование ИИ- инструментов		24	14	6	8	10	Зачет
5	Итоговая аттестация. Защита проекта		2	2		2		Защита
	Общая трудоемкость программы		72	44	30	14	28	

Разработчики программы:

Петухова Анна Сергеевна – дипломированный маркетинг-специалист. Окончила МЭО Финансовой Академии, МГЮА Институт экономической экспертизы. Многократно повышала квалификацию по маркетингу в Венском университете, в Копенгагенской школе бизнеса, пишет диссертацию по применению искусственного интеллекта в маркетинге. Практический опыт в маркетинге 22 года, большой опыт управления маркетингом в крупных коммерческих и государственных организациях, а также цифровыми продуктами. Автор множества работ по ИИ-маркетингу.

Леонид Саровский. ИИ-визионер, программист с 15-и летним опытом, создание и ведение крупных ИИ-продуктов.

В реализации программы принимают участие эксперты и специалисты Высшей школы предпринимательства Факультета экономики и бизнеса, преподаватели Финансового университета, приглашенные ведущие специалисты в профильной сфере.

Директор
Высшей школы предпринимательства
Факультета экономики и бизнеса



Д.К. Давлеткалиев

«05» ноября 2024 г.

Учебно-тематический план
программы профессиональной переподготовки
(очно-заочная форма обучения с применением электронного обучения и
дистанционных образовательных технологий)

№ № п/п	Наименование дисциплины, модуля	Трудоемкос ть		В том числе				Форма контрол я
				Контактная работа		Самостоятельная работа		
		В заче тны х един ицах	В часа х				Всег о	
				Ле кц ии	Пра ктич ески е заян тия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Модуль 1. Искусственный интеллект		8	8	8	-	-	Зачет
1.1	Тема 1.1. Определение искусственного интеллекта		2	2	2			
1.2	Тема 1.2. Нейронные сети и глубокое обучение.		2	2	2			
1.3	Тема 1.3. Компьютерное зрение.		2	2	2			
1.4	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет
2	Модуль 2 Современные подходы к маркетингу		18	10	10	-	8	Зачет
2.1	Тема 2.1. Построение воронок, новые акценты в бренд-коммуникации, персонализация и персонификация, маркетинг экосистем. Концепция клиентоцентричности, принцип 4C, C2B.		4	2	2		2	
2.2	Тема 2.2. Оmnikanальность и другие новые форматы диджитал-маркетинга, перформанс-маркетинг и аналитика маркетинговых воронок		4	2	2		2	
2.3	Тема 2.3. Тренды в брендинге и нейминге, социокультурные предпосылки для изменений, триггеры смены бренда и дизайн-концепции. Формирование понятия креативных индустрий.		4	2	2		2	
2.4	Тема 2.4. Современные рекламные инструменты, новый арсенал рекламы и продвижения, замеры эффективности, метрики и коэффициенты окупаемости рекламы, применение		4	2	2		2	
2.5	Тема 2.5. Закон о рекламе, законы, Закон о креативных индустриях, законы,		2	2	2			

	регулирующие охрану прав собственности на нематериальные активы							
2.6	Промежуточная аттестация		-	-	-	-	-	Зачет
3	Модуль 3 ИИ-маркетинг		20	10	6	4	10	Зачет
3.1	Тема 3.1. Искусственный интеллект в бизнесе.		6	2	2		4	
3.2	Тема 3.2. Метрики эффективности ИИ-маркетинга.		4	2	2	2	2	
3.3	Тема 3.3. Промт.		4	2		2	2	
3.4	Тема 3.4. ИИ-маркетинг в мире.		4	2	2		2	
3.5	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет
4	Модуль 4 Формирование ИИ-инструментов		24	16	6	8	10	Зачет
4.1	Тема 4.1. Выбор ИИ-инструментов и настройка, обучение систем		8	4	2	2	4	
4.2	Тема 4.2. Подготовка к написанию промтов. Шаблоны промтов. Формирование промтов и доработка маркетинговых задач до идеального результата.		8	4	2	2	4	
4.3	Тема 4.3. Логика создания ИИ-продуктов. Маркетинг ИИ-продуктов.		6	4	2	2	2	
4.4	Промежуточная аттестация		2	2		2		Зачет
	Итоговая аттестация. Защита проекта		2	2		2		Защита
	Общая трудоемкость программы		72	44	30	14	28	

Директор
Высшей школы предпринимательства
Факультета экономики и бизнеса
«05» ноября 2024 г.



Д.К. Давлеткалиев

Федеральное государственное образовательное бюджетное
Учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)
Высшая школа предпринимательства
Факультета экономики и бизнеса

Календарный учебный график

Программа повышения квалификации

«Применение искусственного интеллекта в маркетинге»

Срок освоения программы 72 часа.

Продолжительность обучения 1 месяц.

Форма обучения – очно-заочная с применением ЭО и ДОТ

№ п\п	Наименование модуля, темы	1 нед.	2 нед.	3 нед.	4 нед.	КР	СР	ПА	ИА	ВСЕГО
1	Модуль 1. Искусственный интеллект	8				8		2		8
2	Модуль 2 Современные подходы к маркетингу		18			10	8			18
3	Модуль 3 ИИ-маркетинг			20		10	10	2		20
4	Модуль 4 Формирование ИИ- инструментов				24	14	10	2		24
5	Итоговая аттестация. Защита проекта				2	2	0		2	2
6	Итого	8	18	20	26	44	28	6	2	72

Директор

Высшей школы предпринимательства

Факультета экономики и бизнеса

 Д.К. Давлеткалиев

«05» ноября 2024 г.

Условные обозначения	
ПА	Промежуточная аттестация
П	Практика
С	Стажировка
ИА	Итоговая аттестация
КР	Контактная работа
СР	Самостоятельная работа