

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал
Центр дополнительного образования

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете Краснодарского
филиала Финансового университета
Протокол № 29
«24» июня 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского
филиала
Финансового университета
Э.В. Соболев
«24» июня 2025 г.



ПРОГРАММА

повышения квалификации

**«Нейросети в маркетинге:
от контента до разработки стратегии»**

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «Нейросети в маркетинге: от контента до разработки стратегии»

Общая характеристика программы

Цель программы – формирование и совершенствование у слушателей компетенций и практических навыков, необходимых для использования нейросетевых технологий для оптимизации процессов создания контента, анализа данных и разработки эффективных маркетинговых стратегий. Слушатели освоят современные инструменты и методы, позволяющие повысить конкурентоспособность компании на рынке.

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

1. Профессиональный стандарт «Маркетолог» (приказ Минтруда РФ № 366н от 04.06.2018);
2. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих (ЕКСД).

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

- способность объяснять принципы работы нейросетей и их применение в различных аспектах маркетинга;
- способность генерировать высококачественный текстовый и визуальный контент с использованием нейросетей.
- способность адаптировать контент под целевую аудиторию с учетом аналитики и трендов;
- способность интерпретировать результаты анализа и делать обоснованные выводы для принятия решений;
- способность интегрировать нейросетевые решения в маркетинговые стратегии.

Планируемые результаты обучения по программе

По итогам освоения программы слушатели должны:

Знать:

- основные принципы работы нейросетей и их архитектуры;
- методы генерации контента с использованием нейросетевых технологий;
- инструменты и подходы для анализа данных с помощью нейросетей;
- этические и правовые аспекты использования искусственного интеллекта в маркетинге;
- современные тренды и лучшие практики применения нейросетей в маркетинге.

Уметь:

- создавать и оптимизировать текстовый и визуальный контент с использованием нейросетей;
- проводить анализ больших объемов данных и выявлять ключевые закономерности;
- разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии на основе аналитики;
- оценивать эффективность маркетинговых кампаний с использованием нейросетевых решений;
- формулировать и обосновывать этические рекомендации при использовании ИИ в маркетинге.

Владеть:

- инструментами и программным обеспечением для работы с нейросетями;
- навыками работы с аналитическими инструментами для оценки результатов маркетинговых стратегий;
- способностью применять знания о нейросетях для разработки инновационных решений в области маркетинга;
- умением работать в команде и взаимодействовать с другими специалистами для достижения общих целей;
- коммуникационными навыками для объяснения сложных концепций и результатов анализа как коллегам, так и клиентам.

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Краснодарский филиал
Центр дополнительного образования

ОБСУЖДЕНО И ОДОБРЕНО

на Ученом совете Краснодарского
филиала Финансового университета
Протокол № 29
«24» июня 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор Краснодарского
филиала
Финансового университета
Э.В. Соболев

«24» июня 2025 г.



УЧЕБНЫЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Нейросети в маркетинге: от контента до разработки стратегии»

Требования к уровню образования слушателей	Лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие высшее образование.
Категория слушателей	Программа подходит для маркетологов, менеджеров по рекламе, специалистов по цифровому маркетингу, аналитиков и всех, кто заинтересован в применении технологий искусственного интеллекта для улучшения своих профессиональных навыков и повышения эффективности бизнес-процессов.
Срок обучения	36 акад. часов, 2 недели
Форма обучения	Очная-заочная с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий
Режим занятий	4 часа в день

УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
программы повышения квалификации
«Нейросети в маркетинге: от контента до разработки стратегии»

№	Наименование раздела, темы	Всего часов трудоемкости	В том числе				Форма контроля
			Аудиторные занятия			Самостоятельная работа	
			Всего часов	из них			
				Лекции	Практи- ческие занятия		
1	Тема 1. Введение в нейросети: основы работы нейросетей и их применение в маркетинге, обзор популярных нейросетевых моделей и их возможностей.	6	4	2	2	2	проектная работа
2	Тема 2. Создание контента с помощью нейросетей: генерация текстов, изображений и видео с использованием искусственного интеллекта, практические примеры успешного применения в рекламе и PR.	6	4	2	2	2	проектная работа
3	Тема 3. Анализ данных: использование нейросетей для анализа больших объемов данных	6	4	2	2	2	проектная работа
4	Тема 4. Разработка маркетинговых стратегий: интеграция нейросетевых решений в стратегическое планирование, кейсы успешных компаний, применяющих нейросети в своих стратегиях.	8	4	2	2	4	проектная работа
5	Тема 5. Этика и правовые аспекты использования ИИ: обсуждение этических вопросов и правовых норм, связанных с использованием нейросетей в маркетинге.	8	4	2	2	4	проектная работа
6	Итоговая аттестация	2				2	тестирование
	ВСЕГО	36	20	10	10	16	Зачет

Разработчики программы:

Кылчик В.Н., директор «VN Consulting», эксперт по маркетингу и процессам цифровизации бизнеса.

Зинченко Н.В., канд.экон.наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»,
Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве РФ.

Директор
Центра дополнительного образования



Ю.А. Рюмина

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Краснодарский филиал
Центр дополнительного образования

Календарный учебный график

Программа повышения квалификации

«Нейросети в маркетинге: от контента до разработки стратегии»

Объем программы – 32 часа.
Продолжительность обучения – 2 недели

Наименование дисциплин, тем	1 день	2 день	3 день	4 день	5 день	6 день	КР	СР	П	С	ПА	ИА	Всего
Тема 1. Введение в нейросети: основы работы нейросетей и их применение в маркетинге, обзор популярных нейросетевых моделей и их возможностей.	4							2					6
Тема 2. Создание контента с помощью нейросетей: генерация текстов, изображений и видео с использованием искусственного интеллекта, практические примеры успешного применения в рекламе и PR.		4						2					6
Тема 3. Анализ данных: использование нейросетей для анализа больших объемов данных			4					2					6
Тема 4. Разработка маркетинговых стратегий: интеграция нейросетевых решений в стратегическое планирование, кейсы успешных компаний, применяющих нейросети в своих стратегиях.				4				2					6
Тема 5. Этика и правовые аспекты использования ИИ: обсуждение этических вопросов и правовых норм, связанных с использованием нейросетей в маркетинге.					4			2					6
Итоговая аттестация								2					2
Итого	4	4	4	4	4			12					32

Форма обучения – очная-заочная с применением дистанционных технологий.

Директор Центра дополнительного образования
«24» июня 2025 г

Ю.А. Рюмина



Содержание тем

Тема 1. Введение в нейросети

В данной теме слушатели познакомятся с основами работы нейросетей и их применением в маркетинге. Мы рассмотрим популярные модели нейросетей, таких как CNN и RNN, и их возможности в решении маркетинговых задач, что позволит участникам понять, как технологии ИИ могут трансформировать подходы к продвижению продуктов и услуг.

Тема 2. Создание контента с помощью нейросетей

Эта тема посвящена генерации текстов, изображений и видео с использованием искусственного интеллекта. Мы обсудим практические примеры успешного применения нейросетей в рекламе и PR, что позволит слушателям освоить инструменты для создания уникального контента, способного привлечь внимание целевой аудитории.

Тема 3. Анализ данных

Слушатели изучат, как нейросети могут использоваться для анализа больших объемов данных и выявления закономерностей. Мы рассмотрим применение анализа данных для улучшения маркетинговых кампаний, что поможет участникам принимать более обоснованные решения на основе анализа данных.

Тема 4. Разработка маркетинговых стратегий

В этой теме мы обсудим, как интегрировать нейросетевые решения в стратегическое планирование. На примерах успешных компаний, использующих нейросети в своих стратегиях, слушатели узнают, как технологии могут помочь в создании эффективных маркетинговых подходов и повышении конкурентоспособности.

Тема 5. Этика и правовые аспекты использования ИИ

Эта тема посвящена обсуждению этических вопросов и правовых норм, связанных с использованием нейросетей в маркетинге. Слушатели получат представление о важности соблюдения этических стандартов и правовых требований при внедрении технологий ИИ в бизнес-процессы, что способствует ответственному и устойчивому использованию инноваций.

Содержание практических занятий

№ модуля	Наименование (содержание) тем, по которым предусмотрено практическое занятие	Формы и методы проведения
1	Тема 1. Введение в нейросети: основы работы нейросетей и их применение в маркетинге, обзор популярных нейросетевых моделей и их возможностей.	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
2	Тема 2. Создание контента с помощью нейросетей: генерация текстов, изображений и видео с использованием искусственного интеллекта, практические примеры успешного применения в рекламе и PR.	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
3	Тема 3. Анализ данных: использование нейросетей	Устный опрос

	для анализа больших объемов данных	выполнение практических заданий, анализ конкретных ситуаций, обмен опытом
4	Тема 4. Разработка маркетинговых стратегий: интеграция нейросетевых решений в стратегическое планирование, кейсы успешных компаний, применяющих нейросети в своих стратегиях.	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом
5	Тема 5. Этика и правовые аспекты использования ИИ: обсуждение этических вопросов и правовых норм, связанных с использованием нейросетей в маркетинге.	Устный опрос, выполнение практических заданий, обмен опытом

Содержание самостоятельной работы слушателей

Основная цель самостоятельной работы слушателей – закрепление знаний, полученных в ходе лекционных и практических занятий.

Индивидуальная консультационная работа преподавателей со слушателями осуществляется весь период обучения.

№ п/п	Наименование (содержание) тем	Формы и методы проведения
1	Тема 1. Введение в нейросети: основы работы нейросетей и их применение в маркетинге, обзор популярных нейросетевых моделей и их возможностей.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
2	Тема 2. Создание контента с помощью нейросетей: генерация текстов, изображений и видео с использованием искусственного интеллекта, практические примеры успешного применения в рекламе и PR.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
3	Тема 3. Анализ данных: использование нейросетей для анализа больших объемов данных.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
4	Тема 4. Разработка маркетинговых стратегий: интеграция нейросетевых решений в стратегическое планирование, кейсы успешных компаний, применяющих нейросети в своих стратегиях.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий
5	Тема 5. Этика и правовые аспекты использования ИИ: обсуждение этических вопросов и правовых норм, связанных с использованием нейросетей в маркетинге.	Изучение основной и дополнительной литературы по программе; выполнение практических заданий

Основная литература

1. Гудфеллоу, И., Бенгио, Й., Курвиль, А. Глубокое обучение / Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2018.
2. Котлер, Ф., Картаджа, Х., Сетияван, И. Маркетинг 4.0: Переход от традиционного к цифровому / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2017.
3. Мюллер, В. С. (ред.) Этика искусственного интеллекта и робототехники — М.: Издательство ИНФРА-М, 2020.
4. Негневицкий, М. Искусственный интеллект: Путеводитель по интеллектуальным системам / Пер. с англ. — М.: ДМК Пресс, 2016.
5. Провост, Ф., Фосетт, Т. Наука о данных для бизнеса: Что нужно знать о добыче данных и аналитическом мышлении / Пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

Дополнительная литература

1. Домингос, П. Мастер-алгоритм: Как поиск идеальной обучающей машины изменит наш мир / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2016.
2. Сигел, Э. Предсказательная аналитика: Сила предсказания того, кто кликнет, купит, солжет или умрет / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2016.
3. Стерн, Дж. Искусственный интеллект для маркетинга: Практические приложения / Пер. с англ. — М.: Издательство ИНФРА-М, 2019.

Организационно-педагогические условия реализации программы повышения квалификации

1. Материально-технические условия, необходимые для осуществления образовательного процесса

Наименование специализированных учебных помещений	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Учебный интерактивный класс	Лекции Практические занятия	Мультимедийное оборудование, компьютеры. Компьютер, подключенный к сети Интернет, интернет-браузер. Прикладные программы для просмотра текстовых и видеоматериалов.

Материально-технические условия соответствуют действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Примечание. В случае проведения учебных занятий с применением электронного обучения (ЭО) и дистанционных образовательных технологий (ДОТ) у слушателя должен быть персональный компьютер, оснащенный

аудиоколонками, с доступом в сеть интернет и установленным видеоплеером, способным воспроизводить видеофайлы.

2. Перечень информационных технологий и учебно-методическим условий, используемых при осуществлении образовательного процесса

При проведении занятий с применением ЭО и ДОТ проведение вебинаров для слушателей осуществляется в удаленном доступе. Преподавателями используются компьютерные презентации, работа в чате, индивидуальное консультирование слушателей.

Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды

Электронные информационные ресурсы	Вид Занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Система дистанционного обучения, система видеоконференцсвязи	Итоговая аттестация	Компьютер, подключенный к сети Интернет; интернет-браузер; Прикладные программы для просмотра текстовых и видеоматериалов

3. Организация образовательного процесса

В образовательном процессе используются разнообразные формы работы со слушателями, такие, как:

- лекция (видеолекция) с мультимедийным сопровождением по наиболее сложным вопросам программы;
- лекция-вебинар с использованием современных технических средств обучения;
- практические занятия и самостоятельная работа с использованием современных технических средств обучения;
- кейс-стади (в том числе видео-кейсы) – изучение конкретных ситуаций из практики (casestudy), для выполнения данного вида заданий обучающимся должна быть представлена в письменной форме информация относительно реальной ситуации (профессиональной или жизненной) и поставлены конкретные задачи её изучения проблемы, обучающиеся анализируют различные аспекты проблемы и предлагают выработанные решения;
- Тестирование, как метод оценки знаний, умений, навыков обучающихся и др.

Обучение проводится, в том числе с использованием ЭО и ДОТ, реализуемых посредством информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии слушателей и педагогических работников.

В процессе обучения слушатели обеспечиваются необходимыми для эффективного прохождения обучения учебно-методическими материалами и информационными ресурсами в объеме изучаемого курса, которые могут

быть объединены в учебно-методический комплекс. Материалы учебно-методического комплекса доводятся до всех слушателей курса.

Итоговая аттестация проводится на образовательном портале Финансового университета посредством информационно-телекоммуникационных сетей.

3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Обучение по программе осуществляют высококвалифицированные преподаватели Финуниверситета и специалисты-практики.

Описание системы оценки качества освоения программы

В систему оценки качества освоения программы входят:

- текущий контроль;
- итоговая аттестация.

1. Текущий контроль успеваемости реализуется в ходе проведения практических занятий в форме устного опроса, обмена опытом работы, выступлений слушателей по узловым вопросам программы, путем выполнения практических заданий, разбора конкретных ситуаций, тестирования.

2. Форма итоговой аттестации – зачет в форме тестирования.

Примеры тестовых заданий для итоговой аттестации

1. Какой из перечисленных методов является основным в обучении нейросетей?

- A) Генетические алгоритмы
- B) Метод градиентного спуска
- C) Метод главных компонент
- D) Метод кластеризации

Правильный ответ: B) Метод градиентного спуска

2. Какой тип нейросети обычно используется для обработки изображений?

- A) Рекуррентная нейросеть (RNN)
- B) Полносвязная нейросеть
- C) Сверточная нейросеть (CNN)
- D) Генеративно-состязательная сеть (GAN)

Правильный ответ: C) Сверточная нейросеть (CNN)

3. Какое из следующих применений не относится к области маркетинга?

- A) Генерация текстов для рекламных кампаний
- B) Прогнозирование спроса на товары
- C) Обработка медицинских изображений
- D) Персонализация контента на веб-сайтах

Правильный ответ: C) Обработка медицинских изображений

4. Что такое предиктивная аналитика?

- A) Анализ данных для создания новых продуктов
- B) Использование исторических данных для прогнозирования будущих событий
- C) Оценка качества обслуживания клиентов
- D) Создание визуализаций данных

Правильный ответ: B) Использование исторических данных для прогнозирования будущих событий

5. Какой из следующих факторов не является этическим вопросом при использовании ИИ в маркетинге?

- A) Прозрачность алгоритмов
- B) Защита персональных данных
- C) Увеличение прибыли компании
- D) Ответственность за принимаемые решения

Правильный ответ: C) Увеличение прибыли компании

6. Какой из следующих инструментов используется для генерации изображений с помощью ИИ?

- A) Рекуррентные нейросети
- B) Генеративно-состязательные сети (GAN)
- C) Метод опорных векторов
- D) Деревья решений

Правильный ответ: B) Генеративно-состязательные сети (GAN)

7. Какой из следующих этапов не входит в процесс разработки маркетинговой стратегии с использованием нейросетей?

- A) Сбор данных о клиентах
- B) Анализ конкурентов
- C) Обучение нейросети
- D) Разработка алгоритма шифрования

Правильный ответ: D) Разработка алгоритма шифрования

8. Что такое "персонализация контента"?

- A) Создание одинакового контента для всех пользователей
- B) Настройка контента в зависимости от предпочтений пользователя
- C) Удаление лишнего контента из веб-сайта
- D) Генерация контента автоматически без учета пользователя

Правильный ответ: В) Настройка контента в зависимости от предпочтений пользователя

9. Какой из следующих методов анализа данных чаще всего используется для сегментации клиентов?

- А) Линейная регрессия
- В) Кластерный анализ
- С) Модели временных рядов
- Д) Деревья решений

Правильный ответ: В) Кластерный анализ

10. Какой из следующих аспектов не является частью правовых норм, связанных с использованием ИИ в маркетинге?

- А) Защита авторских прав
- В) Прозрачность алгоритмов
- С) Лицензирование программного обеспечения
- Д) Увеличение рыночной доли компании

Правильный ответ: Д) Увеличение рыночной доли компании

Порядок проведения: тестирование проводится с личного компьютера, 25 тестовых вопросов, которые соответствуют темам, рассмотренным в рамках всей учебной программы, количество попыток – 2.

Для получения зачета необходимо правильно ответить не менее чем на 20 тестовых вопросов в любой попытке.

Слушателям, которые успешно прошли итоговую аттестацию выдается **удостоверение о повышении квалификации Финансового университета при Правительстве Российской Федерации.**

Программа рассмотрена и утверждена
на заседании Ученого совета Краснодарского филиала
Протокол от 24.06.2025 г. № 29

Директор
Центра дополнительного образования
«24» июня 2025 г.



Ю.А. Рюмина