АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«Застосування штучного інтелекту в маркетингу» / «Application of Artificial Intelligence in Marketing»

Розробник	*Даниленко Є. С., кандидат економічних наук*
Кафедра	*Маркетингу*
Спеціальність	*D5 «Маркетинг»*
Освітня програма	*«Маркетинг»*
Освітній рівень	*Другий (магістерський)*
Категорія дисципліни	*Вибіркова*
Обсяг	*3 кредити ЄКТС / 90 годин*
Рік і семестр	*1-й рік навчання, 2-й семестр*
Форма навчання	*Денна / заочна*
Мова викладання	*Українська*
Форма підсумкового контролю	*Залік*
Основні форми контролю	*Поточне опитування, практичні й аналітичні завдання, тестування, модульний контроль (МК1, МК2), підготовка та захист аналітично-прикладного дослідження, залік*

Мета навчальної дисципліни

Формування у здобувачів вищої освіти системи сучасних знань і практичних умінь щодо застосування технологій штучного інтелекту для вирішення маркетингових завдань, проведення досліджень та аналізу даних, створення й персоналізації контенту, автоматизації маркетингових процесів, обґрунтування та підвищення ефективності маркетингових рішень із урахуванням можливостей, обмежень і ризиків AI-технологій.

Міждисциплінарні зв'язки

Пререквізити: знання з маркетингу, маркетингових досліджень, поведінки споживачів, маркетингових комунікацій та інформаційних технологій, а також освітніх компонентів першого семестру: «Маркетингова аналітика», «Бренд-менеджмент», «Соціальний маркетинг та корпоративна соціальна відповідальність», «Рекламний менеджмент».

Кореквізити: дисципліна вивчається паралельно з освітніми компонентами «Стратегічний маркетинг», «Цифровий маркетинг і електронна комерція», «Маркетинговий менеджмент», «Проєктна діяльність».

Постреквізити: результати навчання використовуються під час вивчення дисципліни «Сталий маркетинг та трансформація ринку», виробничої практики, практичної підготовки та підготовки й захисту кваліфікаційної магістерської роботи.

Очікувані результати навчання

За результатами вивчення дисципліни здобувачі вищої освіти повинні бути здатними:

– визначати маркетингові завдання, для яких доцільне використання штучного інтелекту, та обирати відповідні AI-інструменти;

– формувати, тестувати й удосконалювати промпти для вирішення маркетингових завдань;

– застосовувати AI для маркетингових досліджень, аналізу інформації, сегментування аудиторії та прогнозування поведінки споживачів;

– створювати й адаптувати текстовий, візуальний, аудіо-, відео- та вебконтент для маркетингових комунікацій;

– використовувати штучний інтелект для персоналізації пропозицій, реклами та пошукового маркетингу;

– застосовувати AI-асистентів, чат-ботів і платформи автоматизації маркетингових процесів;

– розробляти пропозиції щодо інтеграції AI в маркетингову діяльність і оцінювати їх ефективність;

– критично перевіряти результати AI-систем, виявляти помилки та упередження, дотримуватися правових, етичних і безпекових вимог.

Короткий зміст дисципліни

Дисципліна охоплює прикладне використання штучного інтелекту в маркетинговій діяльності, від створення контенту до аналізу даних та автоматизації. Навчальний матеріал об’єднано у два змістові модулі.

Змістовий модуль 1. Основи штучного інтелекту, промпт-інжиніринг та генеративний контент у маркетингу

Основні поняття, технології та напрями застосування ШІ; машинне й глибоке навчання; великі мовні моделі та мультимодальні AI-системи; промпт-інжиніринг; використання AI-асистентів у маркетингу; генерування рекламних текстів і контенту для SMM; створення та редагування зображень, відео, аудіо, презентацій і вебконтенту.

Змістовий модуль 2. AI-аналітика, персоналізація, автоматизація та управління маркетинговою діяльністю

ШІ в маркетингових дослідженнях, аналізі даних і прогнозуванні; сегментування та персоналізація; рекомендаційні системи; застосування AI в цифровій рекламі, SEO та генеративному пошуку; AI-асистенти, чат-боти, AI-агенти й автоматизація маркетингових процесів; розроблення AI-стратегії, оцінювання результативності, захист даних, авторське право, етика та відповідальне використання ШІ.

Методи та технології навчання

Проблемні лекції, демонстрація AI-інструментів, кейс-метод (case study), семінари-дискусії, практичні й аналітичні завдання, промпт-інжиніринг, створення маркетингового контенту, аналіз даних, моделювання автоматизованих процесів, індивідуальні та командні проєкти, підготовка й захист аналітично-прикладного дослідження «Розробка інтегрованої AI-стратегії маркетингу та автоматизації бізнес-процесів компанії».