

Документы
Информация о владельце: "Самарский государственный экономический университет"
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 27.07.2026 09:48:52
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «НЕЙРОСЕТЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Диджитал-реклама, связи с общественностью и медиакommunikации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Очно-заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.
в академических часах: 108 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Не имеет Колотилина М. А.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по интернет-маркетингу", утвержден приказом Минтруда России от 19.02.2019 № 95н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	26.05.2026, № 10

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование у обучающихся системных знаний и практических навыков применения нейросетевых технологий для анализа, моделирования и автоматизации процессов фтна в социальных медиа, а также способности разрабатывать и сопровождать ИС в этой предметной области.

Задачи изучения дисциплины:

- Освоение теоретических основ нейросетевых технологий – изучение ключевых архитектур нейронных сетей (сверточные, рекуррентные, трансформеры), методов обработки естественного языка (NLP), генеративных моделей и их применения для работы с текстовыми, графическими и временными данными в социальных медиа;
- Формирование навыков разработки интеллектуальных систем для социальных медиа – освоение методов сбора, обработки и анализа данных из социальных сетей, построения рекомендательных систем, автоматической генерации контента, анализа тональности, мониторинга и прогнозирования поведения пользователей;
- Приобретение компетенций в области проектирования и разработки ИС – выработка практических навыков проектирования архитектуры информационных систем на основе нейросетевых технологий, разработки баз данных для хранения и обработки больших массивов данных социальных медиа, а также применения методов обеспечения и контроля качества программных продуктов в соответствии с регламентами организации.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.1 Осуществляет социальное взаимодействие, соблюдая нормы и правила командной работы

Знать:

УК-3.1/Зн1 Правила распределения ролей при использовании нейросетевых инструментов (кто ставит задачу, кто интерпретирует данные).

Уметь:

УК-3.1/Ум1 Согласовывать с командой выбор нейросетевых моделей и интерпретировать результаты для смежных специалистов (дизайнеров, копирайтеров).

Владеть:

УК-3.1/Нв1 Навыками презентации результатов нейросетевого анализа внутри проектной группы.

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-4.1 Осуществляет деловую коммуникацию с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия

Знать:

УК-4.1/Зн1 Основные термины и жанры письменной речи для описания нейросетевых инструментов в рекламе (технические брифинги, отчеты, презентации).

Уметь:

УК-4.1/Ум1 Составлять структурированные тексты (ТЗ для нейросетей, описания креативов) с соблюдением норм литературного языка.

Владеть:

УК-4.1/Нв1 Навыками оформления результатов анализа данных в форматах, понятных для заказчиков рекламы.

ПК-1 Способен разрабатывать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК-1.1 Подбирает каналы продвижения веб-сайтов, интерактивных предложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Знать:

ПК-1.1/Зн1 Критерии выбора каналов продвижения на основе нейросетевого прогноза эффективности (CTR, конверсия).

Уметь:

ПК-1.1/Ум1 Оценивать применимость NLP и Computer Vision для анализа аудитории конкретного канала (ВК, Яндекс, Telegram).

Владеть:

ПК-1.1/Нв1 Навыками отбора рекламных площадок на основе нейросетевых скорингов трафика.

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Нейросетевые технологии в социальных медиа» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 4, Очно-заочная форма обучения - 4.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-1 - Способен разрабатывать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
ПК-1.1 Подбирает каналы продвижения веб-сайтов, интерактивных предложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		

УК-3.1 Осуществляет социальное взаимодействие, соблюдая нормы и правила командной работы	Адаптация лиц с ОВЗ, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Командообразование и работа в команде, Общественный проект "Обучение служением", Социально-экономическая статистика, Управление человеческими ресурсами, Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Управление человеческими ресурсами, Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика
УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		
УК-4.1 Осуществляет деловую коммуникацию с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия	Деловые коммуникации и документооборот, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Риторика и стилистика письменной речи, Русский язык и культура речи, Русский язык как иностранный, Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика	Визуальные коммуникации, Деловые коммуникации и документооборот, Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика, Фотолаборатория

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лабораторные занятия (часы)	Лекционные занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Четвертый семестр	108	3	36	18	18	0,15	53,85	Зачет
Всего	108	3	36	18	18	0,15	53,85	18

Очно-заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лабораторные занятия (часы)	Лекционные занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Четвертый семестр	108	3	4	2	2	0,15	85,85	Зачет
Всего	108	3	4	2	2	0,15	85,85	18

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лабораторные занятия	Лекционные занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Нейросетевые технологии в диджитал-маркетинге и рекламе	40	6	8	26
Тема 1.1. Введение в нейросетевые технологии и их применение в интернет-рекламе и продвижении	14	2	4	8
Тема 1.2. Методы обработки естественного языка (NLP) для анализа текстов в рекламе и SMM	12	2	2	8
Тема 1.3. Компьютерное зрение в диджитал-рекламе: создание и модерация визуального контента	14	2	2	10
Раздел 2. Прикладные нейросетевые решения для управления рекламными кампаниями и KPI	50	12	10	27,85
Тема 2.1. Нейросетевой анализ соцмедиа для оптимизации рекламных бюджетов и прогнозирования ROI	18	4	4	10

Тема 2.2. Нейросетевой скоринг открытых источников (соцмедиа) как инструмент контроля качества лидов и рекламных площадок	20	6	4	10
Тема 2.3. Двойной инструмент нейромониторинга: управление рекламными кампаниями и командное взаимодействие в диджитал-агентствах	12	2	2	7,85

Очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лабораторные занятия	Лекционные занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Нейросетевые технологии в диджитал-маркетинге и рекламе	50	2	2	45,85
Тема 1.1. Введение в нейросетевые технологии и их применение в интернет-рекламе и продвижении	15			15
Тема 1.2. Методы обработки естественного языка (NLP) для анализа текстов в рекламе и SMM	20	2	2	15,85
Тема 1.3. Компьютерное зрение в диджитал-рекламе: создание и модерация визуального контента	15			15
Раздел 2. Прикладные нейросетевые решения для управления рекламными кампаниями и KPI	40			40
Тема 2.1. Нейросетевой анализ соцмедиа для оптимизации рекламных бюджетов и прогнозирования ROI	15			15
Тема 2.2. Нейросетевой скоринг открытых источников (соцмедиа) как инструмент контроля качества лидов и рекламных площадок	15			15

Тема 2.3. Двойной инструмент нейромониторинга: управление рекламными кампаниями и командное взаимодействие в диджитал-агентствах	10			10
--	----	--	--	----

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тесовое задание Тестовое задание
Промежуточная аттестация	Зачет

№ п/п	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы	
		Текущий	Промежут. аттестация
1	Нейросетевые технологии в диджитал-маркетинге и рекламе	Тесовое задание	Зачет
2	Прикладные нейросетевые решения для управления рекламными кампаниями и KPI	Тестовое задание	Зачет

6. Оценочные материалы текущего контроля

2. Прикладные нейросетевые решения для управления рекламными кампаниями и KPI Тестовое задание

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	В процессе командной работы над разработкой стратегии продвижения с использованием нейросетевого анализа социальных медиа возникла ситуация: аналитик предлагает перераспределить бюджет на основе прогнозов нейросети, а креативный директор настаивает на сохранении бюджета для более качественных визуальных материалов. Какое действие является наиболее корректным с точки зрения социального взаимодействия и соблюдения норм командной работы? 1 Принять решение аналитика, так как он владеет цифрами 2 Принять решение креативного директора, так как визуал важен для вовлечения 3 Организовать совместное совещание, где каждая сторона представит свои аргументы и данные, и принять коллегиальное решение на основе синтеза обеих позиций 4 Передать решение вышестоящему руководителю без обсуждения в команде 5 Провести голосование среди всей команды, большинство побеждает	3	УК-3
2	При распределении ролей в команде диджитал-агентства, внедряющей нейросетевой мониторинг социальных медиа, необходимо назначить ответственного за интерпретацию данных нейросетевого скоринга лидов и передачу выводов креативной группе. Какую роль в команде должен выполнять этот специалист? 1 Таргетолог (настройка рекламных кампаний) 2 Продукт-менеджер (осуществляет кросс-функциональную коммуникацию и синхронизирует работу аналитиков и креаторов) 3 Дизайнер (создание визуалов) 4 Копирайтер (написание текстов) 5 Разработчик (интеграция нейросетевых API)	2	УК-3

3	В команде по внедрению нейросетевых инструментов для подбора каналов продвижения возник конфликт между аналитиками (настаивают на использовании сложной модели NER + Sentiment) и маркетологами (хотят более простой и быстрой модели для оперативных запусков). Какое действие руководителя команды соответствует принципам эффективной командной работы и социального взаимодействия? 1 Навязать решение аналитиков, так как они технически компетентнее 2 Разделить задачи: аналитики используют сложную модель для стратегических кампаний, маркетологи – простую для оперативных тестов, с обязательным обменом результатами 3 Отказаться от внедрения нейросетей до полного согласования позиций 4 Уволить несогласных сотрудников 5 Принять решение маркетологов, так как они ближе к клиенту	УК-3										
	<table><tr><td>Ответ:</td><td>2</td></tr></table>	Ответ:	2									
Ответ:	2											
4	При совместной работе над интерпретацией данных нейросетевого мониторинга социальных медиа (анализ тональности комментариев о бренде) было выявлено резкое падение негатива. Аналитик утверждает, что это результат успешной рекламной кампании, а специалист по работе с клиентами считает, что пользователи просто перестали писать комментарии. Какое действие команды является приоритетным для сохранения эффективного социального взаимодействия? 1 Согласиться с аналитиком, так как он использует нейросетевые инструменты 2 Согласиться со специалистом по работе с клиентами, так как он непосредственно общается с аудиторией 3 Инициировать кросс-функциональное обсуждение с привлечением дополнительных данных (например, динамика числа постов и обращений в поддержку) для совместной верификации гипотез 4 Пройгнорировать расхождение мнений и отчитаться о снижении негатива 5 Передать вопрос на рассмотрение внешнему консультанту	УК-3										
	<table><tr><td>Ответ:</td><td>3</td></tr></table>	Ответ:	3									
Ответ:	3											
5	В команде диджитал-агентства внедряется нейросетевая система автоматической генерации отчётов по результатам рекламных кампаний. Для эффективной командной работы необходимо определить порядок взаимодействия между сотрудниками. Какое распределение коммуникационных потоков является наиболее эффективным? 1 Каждый специалист готовит отчёт самостоятельно и отправляет руководителю 2 Нейросеть генерирует черновик отчёта, затем аналитик проверяет данные, менеджер добавляет комментарии для клиента, и все согласовывают финальную версию в общем чате 3 Отчёт готовит только руководитель на основе сырых данных нейросети 4 Каждый специалист готовит свою часть отчёта без согласования с другими 5 Отчёт отправляется клиенту без внутреннего согласования	УК-3										
	<table><tr><td>Ответ:</td><td>2</td></tr></table>	Ответ:	2									
Ответ:	2											
6	Установите соответствие между ролью в команде диджитал-агентства и её основной функцией при работе с нейросетевым анализом социальных медиа в процессе разработки стратегии продвижения. <table><tr><th>Роль в команде</th><th>Основная функция при работе с нейросетями</th></tr><tr><td>1. Аналитик данных</td><td>А. Преобразует выводы нейросети в визуальные концепции и креативы для рекламных кампаний</td></tr><tr><td>2. <u>Таргетолог</u></td><td>Б. Обеспечивает коммуникацию между аналитиками, креаторами и клиентом, синхронизирует задачи</td></tr><tr><td>3. Креативный директор</td><td>В. Настраивает <u>нейросетевые</u> модели для прогнозирования CPA и ROAS по каналам</td></tr><tr><td>4. Продукт-менеджер (Project Manager)</td><td>Г. Интерпретирует данные <u>нейросетевого</u> скоринга и формирует портреты целевых сегментов для настройки таргетинга</td></tr></table>	Роль в команде	Основная функция при работе с нейросетями	1. Аналитик данных	А. Преобразует выводы нейросети в визуальные концепции и креативы для рекламных кампаний	2. <u>Таргетолог</u>	Б. Обеспечивает коммуникацию между аналитиками, креаторами и клиентом, синхронизирует задачи	3. Креативный директор	В. Настраивает <u>нейросетевые</u> модели для прогнозирования CPA и ROAS по каналам	4. Продукт-менеджер (Project Manager)	Г. Интерпретирует данные <u>нейросетевого</u> скоринга и формирует портреты целевых сегментов для настройки таргетинга	УК-3
Роль в команде	Основная функция при работе с нейросетями											
1. Аналитик данных	А. Преобразует выводы нейросети в визуальные концепции и креативы для рекламных кампаний											
2. <u>Таргетолог</u>	Б. Обеспечивает коммуникацию между аналитиками, креаторами и клиентом, синхронизирует задачи											
3. Креативный директор	В. Настраивает <u>нейросетевые</u> модели для прогнозирования CPA и ROAS по каналам											
4. Продукт-менеджер (Project Manager)	Г. Интерпретирует данные <u>нейросетевого</u> скоринга и формирует портреты целевых сегментов для настройки таргетинга											
	<table><tr><td>Ответ:</td><td>1 → Г</td></tr><tr><td></td><td>2 → В</td></tr><tr><td></td><td>3 → А</td></tr><tr><td></td><td>4 → Б</td></tr></table>	Ответ:	1 → Г		2 → В		3 → А		4 → Б			
Ответ:	1 → Г											
	2 → В											
	3 → А											
	4 → Б											
7	Установите соответствие между этапом командной работы над проектом с использованием нейросетей и конкретным действием, обеспечивающим эффективное социальное взаимодействие. <table><tr><th>Этап командной работы</th><th>Действие, обеспечивающее социальное взаимодействие</th></tr><tr><td>1. Брифинг и постановка задачи</td><td>А. Проведение ретроспективы с обсуждением сильных сторон каждого участника и зон роста</td></tr><tr><td>2. Распределение ролей и задач</td><td>Б. Организация общего чата для оперативного обмена данными <u>нейросетевого</u> мониторинга</td></tr><tr><td>3. Текущая работа и синхронизация</td><td>В. Совместная формулировка целей и ожиданий от <u>нейросетевого</u> анализа для всех подразделений</td></tr><tr><td>4. Завершение этапа и ретроспектива</td><td>Г. Согласование зон ответственности с учётом компетенций каждого и необходимости кросс-функционального обмена</td></tr></table>	Этап командной работы	Действие, обеспечивающее социальное взаимодействие	1. Брифинг и постановка задачи	А. Проведение ретроспективы с обсуждением сильных сторон каждого участника и зон роста	2. Распределение ролей и задач	Б. Организация общего чата для оперативного обмена данными <u>нейросетевого</u> мониторинга	3. Текущая работа и синхронизация	В. Совместная формулировка целей и ожиданий от <u>нейросетевого</u> анализа для всех подразделений	4. Завершение этапа и ретроспектива	Г. Согласование зон ответственности с учётом компетенций каждого и необходимости кросс-функционального обмена	УК-3
Этап командной работы	Действие, обеспечивающее социальное взаимодействие											
1. Брифинг и постановка задачи	А. Проведение ретроспективы с обсуждением сильных сторон каждого участника и зон роста											
2. Распределение ролей и задач	Б. Организация общего чата для оперативного обмена данными <u>нейросетевого</u> мониторинга											
3. Текущая работа и синхронизация	В. Совместная формулировка целей и ожиданий от <u>нейросетевого</u> анализа для всех подразделений											
4. Завершение этапа и ретроспектива	Г. Согласование зон ответственности с учётом компетенций каждого и необходимости кросс-функционального обмена											

	Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): Правило открытой коммуникации и общей информационной базы – все члены команды должны иметь доступ к единым данным нейросетевого анализа. Пример: создание общего дашборда в Tableau/DataStudio с данными нейросетевого скоринга, доступного аналитикам, таргетологам и менеджерам для принятия совместных решений по каналам. Правило распределения ролей по компетенциям – каждый участник выполняет задачи в соответствии со своей экспертизой. Пример: аналитик отвечает за интерпретацию данных NER, креатор – за создание визуалов на основе выводов о тональности, менеджер – за коммуникацию с клиентом. Правило регулярной синхронизации и обратной связи – проведение коротких встреч (daily stand-ups) для обсуждения текущих результатов нейромониторинга. Пример: ежедневные 15-минутные созвоны, где обсуждаются новые инсайты из соцсетей и оперативно корректируется медиаплан.	
12	Дайте развернутый ответ Опишите алгоритм действий руководителя команды (не менее 4 шагов) при возникновении разногласий между аналитиками и креаторами по поводу интерпретации данных нейросетевого анализа тональности социальных медиа. В ответе должны быть отражены принципы социального взаимодействия и командной работы. Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): Шаг 1. Выявление и структурирование позиций – руководитель организует встречу, где каждая сторона письменно фиксирует свою интерпретацию данных нейросети с указанием конкретных метрик. Шаг 2. Организация совместного анализа – руководитель привлекает независимого эксперта или использует дополнительные срезы данных (например, динамику постов за период) для совместной верификации гипотез. Шаг 3. Выработка компромиссного решения – руководитель модерировать обсуждение и помогает команде прийти к единому мнению, фиксируя общий подход в протоколе. При необходимости решение принимается с учётом приоритетов бизнес-целей. Шаг 4. Закрепление нового регламента коммуникации – руководитель вносит изменения в регламент работы команды, чтобы подобные разногласия разрешались по единой схеме, и проводит краткий брифинг для всей команды.	УК-3
13	Дайте развернутый ответ Назовите не менее двух преимуществ кросс-функционального взаимодействия (между аналитиками, таргетологами, креаторами и менеджерами) при использовании нейросетевого мониторинга социальных медиа для подбора каналов продвижения. Для каждого преимущества приведите конкретный пример из практики диджитал-агентства. Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): Повышение точности интерпретации нейросетевых данных – аналитик видит цифры, креатор понимает психологию аудитории, вместе они формируют более точные выводы. Пример: аналитик фиксирует снижение тональности, креатор объясняет это сезонным трендом, и команда корректирует не бюджет, а креативную стратегию, что экономит 20% бюджета. Ускорение принятия решений и запуска кампаний – когда все специалисты синхронизированы и обмениваются данными нейромониторинга в реальном времени, решения принимаются оперативно без длительных согласований. Пример: таргетолог видит в общем чате результаты NER о новых конкурентах, сразу корректирует ставки, а креатор параллельно меняет оффер — кампания перезапускается за 2 часа вместо 2 дней.	УК-3
14	Дайте развернутый ответ В команде диджитал-агентства внедряется нейросетевая система автоматической генерации рекламных креативов. Как организовать командное взаимодействие таким образом, чтобы сохранить баланс между автоматизацией (нейросеть) и человеческим контролем (креативность членов команды)? Предложите конкретную модель распределения функций (не менее 3 функций) и обоснуйте, как она соответствует принципам командной работы.	УК-3

	Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): Предлагаю модель «Нейросеть – ассистент, человек – стратег»: Функция нейросети – генерация 10–15 вариантов креативов на основе данных о предпочтениях аудитории (из соцсетей). Это позволяет не тратить время команды на рутинные задачи. Функция команды (креаторов) – выбор и доработка 2–3 лучших вариантов с учётом бренд-айдентики и контекста текущей кампании. Именно человеческий взгляд обеспечивает уникальность и попадание в эмоциональный тон. Функция аналитиков – оценка предсказательной эффективности каждого варианта (прогноз CTR и конверсии) на основе исторических данных и передача этих прогнозов креаторам для приоритизации. Обоснование: такая модель распределения соответствует принципам командной работы, так как чётко делит зоны ответственности (автоматика vs креатив), требует регулярного обмена информацией (аналитики → креаторы) и обеспечивает коллективное принятие решений (выбор финальных вариантов обсуждается на общем совещании).	
15	Дайте развернутый ответ Предложите регламент коммуникации (не менее 4 пунктов) внутри команды диджитал-агентства при работе с нейросетевым мониторингом социальных медиа для оперативной корректировки стратегии продвижения. В регламенте должны быть отражены: частота встреч, форматы обмена данными, каналы срочной коммуникации и порядок эскалации проблем. Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): Регламент коммуникации команды при нейромониторинге соцсетей: Ежедневная синхронизация (15 минут, онлайн) – все члены команды (аналитик, таргетолог, креатор, менеджер) обсуждают ключевые изменения в данных нейросетевого мониторинга за сутки (всплески негатива, появление новых конкурентов, аномалии в активности аудитории) и оперативно корректируют текущие настройки кампаний. Еженедельное стратегическое совещание (1 час, очно или видеоконференция) – глубокий анализ данных нейромониторинга за неделю, пересмотр медиаплана, распределение задач на следующую неделю. Встреча проводится с обязательной фиксацией решений в протоколе. Общий дашборд и единый чат для данных – все результаты нейросетевого скоринга, прогнозов и KPI загружаются в общий дашборд (DataStudio / Tableau). Для срочной коммуникации используется Telegram-чат, где каждая роль имеет свой тег для быстрого привлечения внимания. Порядок эскалации проблем: если данные нейромониторинга показывают резкое изменение KPI (падение ROAS > 15% за сутки), аналитик немедленно уведомляет менеджера и таргетолога. В течение 1 часа проводится экстренное совещание с участием всех ключевых ролей для принятия решения: стоп-кампания, смена креативов, перераспределение бюджета. При невозможности принять решение внутри команды – эскалация на уровень руководителя отдела в течение 2 часов.	УК-3
16	При подготовке письменного отчёта для клиента по результатам нейросетевого мониторинга социальных медиа вы обнаружили, что прогнозируемый ROAS для одного из каналов снизился на 15%. Какой жанр письменной деловой речи является наиболее уместным для коммуникации с клиентом в данной ситуации? 1 Личное письмо с эмоциональными оценками 2 Аналитическая записка с цифрами, выводами и рекомендациями по корректировке стратегии 3 Пост в социальных сетях для широкой аудитории 4 Художественный рассказ о проблемах компании 5 Короткое SMS-сообщение без пояснений Ответ: 2	УК-4
17	В ходе устной презентации результатов нейросетевого анализа социальных медиа перед руководством компании вы заметили, что некоторые члены аудитории не понимают технические термины (NER, Sentiment Analysis, трансформеры). Какое действие соответствует принципам эффективной деловой коммуникации и нормам устной речи? 1 Продолжить использовать технические термины, так как это демонстрирует вашу компетентность 2 Перейти на упрощённый язык, исключив все термины, даже если это снизит точность 3 Адаптировать речь: кратко пояснять каждый термин через аналогии или примеры из бизнес-практики 4 Ускорить темп речи, чтобы быстрее завершить презентацию 5 Раздать аудитории глоссарий и продолжить выступление без изменений Ответ: 3	УК-4

18	При написании делового письма потенциальному клиенту с предложением услуг по нейросетевому анализу социальных медиа вы используете следующие фразы: «Уважаемый господин Иванов!», «Сообщаем Вам о запуске нового сервиса...», «С уважением, команда агентства». Какой стиль и жанр письменной речи вы используете? 1 Официально-деловой стиль, жанр коммерческого предложения 2 Публицистический стиль, жанр статьи 3) Научный стиль, жанр диссертации 4 Разговорный стиль, жанр дружеской переписки 5 Художественный стиль, жанр рассказа	УК-4										
Ответ: 1												
19	После завершения рекламной кампании, построенной на данных нейросетевого скоринга, вы готовите письменный отчет для внутреннего использования в агентстве. Какой жанр письменной деловой речи наиболее соответствует цели – проанализировать ошибки и предложить улучшения для будущих проектов? 1 Протокол совещания 2 Служебная записка (Postmortem) с анализом причин отклонений, выводами и рекомендациями 3 Рекламный буклет 4 Пресс-релиз для СМИ 5 Личное письмо руководителю с эмоциональной оценкой	УК-4										
Ответ: 2												
20	В ходе переговоров с клиентом о внедрении нейросетевого мониторинга социальных медиа клиент выражает сомнение в достоверности данных, так как «раньше такого не было». Какая формулировка является наиболее корректной с точки зрения норм устной деловой коммуникации и аргументации? 1 «Вы ошибаетесь, нейросети точнее ваших старых методов» 2 «Я понимаю ваши сомнения. Давайте я покажу вам сравнение точности прогнозов нейросети и традиционных методов на основе кейсов с аналогичными компаниями» 3 «Это современные технологии, либо вы с нами, либо нет» 4 «Нейросети – это чёрный ящик, но все так делают» 5 «Не волнуйтесь, мы всё сделаем хорошо»	УК-4										
Ответ: 2												
21	Установите соответствие между целью деловой коммуникации и соответствующим жанром устной или письменной речи при работе с нейросетевыми данными социальных медиа. <table><tr><td>Цель деловой коммуникации</td><td>Соответствующий жанр речи</td></tr><tr><td>1. Трансформировать, упорядочить и систематизировать информацию для принятия стратегического решения</td><td>А. Публичное выступление на конференции с деловой презентацией</td></tr><tr><td>2. Заключить договоренности о передаче информации, информации между сторонами</td><td>Б. Служебная записка (счёт) с краткими выводами и рекомендациями</td></tr><tr><td>3. Аргументированно изложить позицию и необходимость принятия конкретного решения на основе нейросетевых данных</td><td>В. Личное письмо или протокол совещания с краткими выводами</td></tr><tr><td>4. Провести встречу, решить на ней организационные вопросы, предоставить информацию для принятия решения</td><td>Г. Деловые переговоры с использованием таблиц и сравнительных таблиц</td></tr></table>	Цель деловой коммуникации	Соответствующий жанр речи	1. Трансформировать, упорядочить и систематизировать информацию для принятия стратегического решения	А. Публичное выступление на конференции с деловой презентацией	2. Заключить договоренности о передаче информации, информации между сторонами	Б. Служебная записка (счёт) с краткими выводами и рекомендациями	3. Аргументированно изложить позицию и необходимость принятия конкретного решения на основе нейросетевых данных	В. Личное письмо или протокол совещания с краткими выводами	4. Провести встречу, решить на ней организационные вопросы, предоставить информацию для принятия решения	Г. Деловые переговоры с использованием таблиц и сравнительных таблиц	УК-4
Цель деловой коммуникации	Соответствующий жанр речи											
1. Трансформировать, упорядочить и систематизировать информацию для принятия стратегического решения	А. Публичное выступление на конференции с деловой презентацией											
2. Заключить договоренности о передаче информации, информации между сторонами	Б. Служебная записка (счёт) с краткими выводами и рекомендациями											
3. Аргументированно изложить позицию и необходимость принятия конкретного решения на основе нейросетевых данных	В. Личное письмо или протокол совещания с краткими выводами											
4. Провести встречу, решить на ней организационные вопросы, предоставить информацию для принятия решения	Г. Деловые переговоры с использованием таблиц и сравнительных таблиц											
Ответ: 1 → Б 2 → В 3 → Г 4 → А												
22	Установите соответствие между элементом деловой коммуникации и конкретным примером его реализации при составлении письменного отчёта по результатам нейросетевого мониторинга социальных медиа. <table><tr><td>Элемент деловой коммуникации</td><td>Пример реализации в отчёте</td></tr><tr><td>1. Соблюдение норм литературного языка (грамматика, лексика)</td><td>А. «В соответствии с запросом клиента ниже представлен прогноз ROAS на основе <u>нейросетевой</u> модели»</td></tr><tr><td>2. Чёткая структура и логика изложения</td><td>Б. Использование разделов: «Введение», «Данные и модель», «Результаты», «Рекомендации»</td></tr><tr><td>3. Адаптация сообщения под аудиторию (клиент не технический)</td><td>В. Отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок, использование официально-деловой лексики</td></tr><tr><td>4. Достоверность и аргументированность выводов</td><td>Г. Замена терминов «NER» на «выявление ключевых фактов из текстов», «<u>Sentiment</u>» на «оценка настроений» с пояснениями</td></tr></table>	Элемент деловой коммуникации	Пример реализации в отчёте	1. Соблюдение норм литературного языка (грамматика, лексика)	А. «В соответствии с запросом клиента ниже представлен прогноз ROAS на основе <u>нейросетевой</u> модели»	2. Чёткая структура и логика изложения	Б. Использование разделов: «Введение», «Данные и модель», «Результаты», «Рекомендации»	3. Адаптация сообщения под аудиторию (клиент не технический)	В. Отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок, использование официально-деловой лексики	4. Достоверность и аргументированность выводов	Г. Замена терминов «NER» на «выявление ключевых фактов из текстов», « <u>Sentiment</u> » на «оценка настроений» с пояснениями	УК-4
Элемент деловой коммуникации	Пример реализации в отчёте											
1. Соблюдение норм литературного языка (грамматика, лексика)	А. «В соответствии с запросом клиента ниже представлен прогноз ROAS на основе <u>нейросетевой</u> модели»											
2. Чёткая структура и логика изложения	Б. Использование разделов: «Введение», «Данные и модель», «Результаты», «Рекомендации»											
3. Адаптация сообщения под аудиторию (клиент не технический)	В. Отсутствие орфографических и пунктуационных ошибок, использование официально-деловой лексики											
4. Достоверность и аргументированность выводов	Г. Замена терминов «NER» на «выявление ключевых фактов из текстов», « <u>Sentiment</u> » на «оценка настроений» с пояснениями											
Ответ: 1 → В 2 → Б 3 → Г 4 → А (												

23	Установите соответствие между ситуацией деловой коммуникации и речевым жанром, который является наиболее уместным для достижения цели в условиях работы с нейросетевыми данными. <table><tr><td>Ситуация деловой коммуникации</td><td>Наиболее уместный речевой жанр</td></tr><tr><td>1. Срочное информирование команды о падении эффективности канала по данным нейросетевых данных</td><td>А. Развернутый аналитический отчет с графиками</td></tr><tr><td>2. Еженедельная встреча с клиентом для обсуждения результатов кампании</td><td>Б. Краткое служебное сообщение (мемо) с цифрами и указанием критичности</td></tr><tr><td>3. Публичная защита проекта перед инвесторами с привлечением средств на масштабирование</td><td>В. Деловая беседа с визуальным сопровождением и диалоговым режимом</td></tr><tr><td>4. Подготовка итогового документа для актива и регуляторов</td><td>Г. Устная речь с элементами публичного выступления, убеждением и риторическими приемами</td></tr></table>	Ситуация деловой коммуникации	Наиболее уместный речевой жанр	1. Срочное информирование команды о падении эффективности канала по данным нейросетевых данных	А. Развернутый аналитический отчет с графиками	2. Еженедельная встреча с клиентом для обсуждения результатов кампании	Б. Краткое служебное сообщение (мемо) с цифрами и указанием критичности	3. Публичная защита проекта перед инвесторами с привлечением средств на масштабирование	В. Деловая беседа с визуальным сопровождением и диалоговым режимом	4. Подготовка итогового документа для актива и регуляторов	Г. Устная речь с элементами публичного выступления, убеждением и риторическими приемами	УК-4
Ситуация деловой коммуникации	Наиболее уместный речевой жанр											
1. Срочное информирование команды о падении эффективности канала по данным нейросетевых данных	А. Развернутый аналитический отчет с графиками											
2. Еженедельная встреча с клиентом для обсуждения результатов кампании	Б. Краткое служебное сообщение (мемо) с цифрами и указанием критичности											
3. Публичная защита проекта перед инвесторами с привлечением средств на масштабирование	В. Деловая беседа с визуальным сопровождением и диалоговым режимом											
4. Подготовка итогового документа для актива и регуляторов	Г. Устная речь с элементами публичного выступления, убеждением и риторическими приемами											
	<table><tr><td>Ответ:</td><td>1 → Б 2 → В 3 → Г 4 → А</td></tr></table>	Ответ:	1 → Б 2 → В 3 → Г 4 → А									
Ответ:	1 → Б 2 → В 3 → Г 4 → А											
24	Расставьте в правильной последовательности этапы подготовки устного публичного выступления перед руководством компании с презентацией результатов нейросетевого мониторинга социальных медиа (от первого к последнему) с учётом принципов эффективной деловой коммуникации. Варианты этапов (4 шт.): Адаптация языка и содержания под аудиторию (замена технических терминов на бизнес-метафоры, подготовка примеров) Сбор и анализ данных нейромониторинга, формулировка ключевых выводов Репетиция выступления с таймингом и отработкой ответов на возможные вопросы Подготовка визуальных материалов (слайды с графиками, дашбордами, сравнительными таблицами)	УК-4										
	<table><tr><td>Ответ:</td><td>2 → 4 → 1 → 3</td></tr></table>	Ответ:	2 → 4 → 1 → 3									
Ответ:	2 → 4 → 1 → 3											
25	Расставьте в правильной последовательности этапы написания делового письма клиенту по результатам нейросетевого анализа социальных медиа, содержащего предложение о корректировке стратегии продвижения (от первого к последнему) с соблюдением норм письменной деловой речи. Варианты этапов (4 шт.): 1 Формулировка предмета письма, обращение и вступление с краткой благодарностью за сотрудничество 2 Редактирование и вычитка текста на предмет грамматических и стилистических ошибок 3 Изложение результатов нейросетевого анализа с цифрами и их интерпретация для бизнеса 4 Изложение рекомендаций по корректировке стратегии и предложение действий (встреча, звонок для обсуждения)	УК-4										
	<table><tr><td>Ответ:</td><td>1 → 3 → 4 → 2</td></tr></table>	Ответ:	1 → 3 → 4 → 2									
Ответ:	1 → 3 → 4 → 2											
26	Дайте развернутый ответ Вопрос: Составьте фрагмент делового письма (не менее 5 предложений) потенциальному клиенту, в котором вы обосновываете необходимость внедрения нейросетевого мониторинга социальных медиа для повышения эффективности его рекламного бюджета. В письме должны быть соблюдены нормы литературного языка, официально-деловой стиль и чёткая аргументация.	УК-4										

	Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания и соблюдение норм письменной деловой речи): Уважаемый господин Петров! Благодарим Вас за интерес к услугам нашего агентства. На основании анализа текущей эффективности Ваших рекламных кампаний мы предлагаем внедрить систему нейросетевого мониторинга социальных медиа, которая позволит оперативно выявлять изменение потребительских настроений и корректировать бюджет. В отличие от традиционных методов, нейросетевая обработка данных обеспечивает прогнозирование конверсии с точностью до 92%, что подтверждено нашими пилотными проектами в вашей отрасли. Применение данной технологии позволит Вам сократить нецелевые расходы на рекламу не менее чем на 20% и повысить рентабельность инвестиций до 300% в течение первых трёх месяцев. Для детального обсуждения условий сотрудничества мы готовы провести презентацию в удобное для Вас время. С уважением, команда агентства «Диджитал-нейро».	
27	Дайте развернутый ответ Опишите структуру устной презентации (не менее 4-х логических блоков) для защиты стратегии продвижения, разработанной на основе нейросетевого анализа социальных медиа, перед инвесторами. Для каждого блока укажите его цель и рекомендуемый временной объём, а также приведите пример речевой связки между блоками (соблюдая нормы устной деловой речи). Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): Вступление и постановка проблемы (2 минуты) – цель: вовлечь аудиторию, показать актуальность. Пример связки: «Инвесторы, перед нами стоит задача...» Методология и данные (3 минуты) – цель: объяснить, какие нейросетевые методы (NER, анализ тональности) использовались и почему они релевантны. Пример связки: «Для решения этой задачи мы применили два ключевых метода...» Результаты и прогнозы (5 минут) – цель: представить цифры: прогнозируемый ROAS, CPA, доли рынка. Пример связки: «Что нам дал этот анализ? Цифры говорят сами за себя...» Рекомендации и запрос на инвестиции (3 минуты) – цель: чётко сформулировать, какие ресурсы нужны и какой ROI ожидается. Пример связки: «На основе этих данных мы предлагаем конкретный план действий и просим вашей поддержки...» Заключение и ответы на вопросы (2 минуты) – цель: закрепить ключевые тезисы, поблагодарить.	УК-4
28	Дайте развернутый ответ Перечислите не менее трёх различий между устной и письменной формой деловой коммуникации при представлении результатов нейросетевого анализа социальных медиа. Для каждого различия приведите конкретный пример из практики диджитал-агентства. Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): По степени формальности: письменная речь требует более строгого соблюдения норм литературного языка, официальных формул и стандартизированных структур (шапка письма, подпись). Пример: в письменном отчёте мы пишем «В соответствии с запросом...», в устной презентации – «По вашей просьбе мы подготовили...». По наличию обратной связи: устная речь интерактивна, предполагает диалог, уточняющие вопросы и немедленное пояснение. Пример: в устном выступлении на вопрос «Что такое LTV?» вы отвечаете сразу, в письменном отчёте вы должны заранее дать расшифровку термина в скобках. По структурированности: письменная речь требует чёткого деления на разделы, пункты, подзаголовки и нумерацию для удобства восприятия. Пример: письменный отчёт разбит на главы «Данные – Модель – Результаты – Рекомендации», в устной речи вы можете переходить между блоками с помощью связок и визуальных слайдов.	УК-4
29	Дайте развернутый ответ В процессе обсуждения с заказчиком результатов нейросетевого мониторинга социальных медиа заказчик использует неверную интерпретацию термина «анализ тональности», понимая его как «подсчёт лайков». Каким образом, соблюдая нормы деловой коммуникации и проявляя уважение, вы скорректируете его понимание? Предложите речевую формулировку (не менее 3-х предложений), которая пояснит разницу без использования излишней технической терминологии и без умаления компетентности заказчика.	УК-4

	Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): «Вы верно заметили, что количество лайков — важный показатель активности аудитории. Однако анализ тональности — это более глубокий метод, который позволяет нам понять не сколько людей поставили лайк, а что именно они чувствуют, комментируя бренд — радость, разочарование или тревогу. Мы используем нейросеть, чтобы классифицировать каждый комментарий по эмоциональной окраске, и на основе этой информации корректируем рекламные сообщения, чтобы они точнее попадали в ожидания аудитории, в отличие от простого подсчёта реакций, который показывает лишь количество, но не качество отношения к бренду.»	
30	Дайте развернутый ответ Составьте план выступления (тезисный, не менее 5 пунктов) для трёхминутного устного доклада перед командой разработчиков о том, как нейросетевой анализ социальных медиа помогает подбирать каналы продвижения. Доклад должен быть ориентирован на техническую аудиторию (допустимо использование профессиональной лексики). В плане отразите: вступление, ключевые тезисы, пример, заключение. Ответ: Эталонный ответ (содержит ключевые словосочетания): План устного доклада для технической аудитории: Вступление (20 сек): «Коллеги, сегодня коротко рассмотрим, как данные соцсетей, обработанные через NLP-модели, влияют на выбор каналов продвижения.» Тезис 1 (30 сек): «Мы используем NER для извлечения сущностей о финансовом состоянии лидов — суды, тендеры, смена руководства — и на основе этого строим матрицу рисков для каждого канала.» Тезис 2 (30 сек): «Анализ тональности комментариев о конкурентах в разных соцсетях помогает нам понять, на какой платформе аудитория более лояльна к нашему продукту, и перераспределить бюджет соответственно.» Тезис 3 (30 сек): «Кластеризация пользователей по интересам в Telegram и ВКонтакте даёт нам возможность прогнозировать CR (Conversion Rate) с точностью до 85% на этапе медиапланирования.» Пример (40 сек): «В кейсе с B2B-компанией мы выявили через NER, что в Telegram-каналах обсуждается только 5% целевых контрагентов, а в профессиональных группах ВКонтакте — 40%. Перераспределив 60% бюджета в ВКонтакте, мы удвоили ROI за месяц.» Заключение (30 сек): «Таким образом, нейросетевой анализ не просто автоматизирует сбор данных, а даёт нам операционные инсайты для точного подбора каналов. Вопросы?»	УК-4

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

7.1. Уровни овладения

Компетенция: УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

Индикатор достижения компетенции: УК-3.1 Осуществляет социальное взаимодействие, соблюдая нормы и правила командной работы.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80

Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Индикатор достижения компетенции: УК-4.1 Осуществляет деловую коммуникацию с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-1 Способен разрабатывать стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Индикатор достижения компетенции: ПК-1.1 Подбирает каналы продвижения веб-сайтов, интерактивных предложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80

Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Воронов, М. В. Системы искусственного интеллекта: учебник и практикум для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 268 с - 978-5-534-17032-0. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/588642> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Рабчевский, А. Н. Синтетические данные и развитие нейросетевых технологий: учебник для вузов / А. Н. Рабчевский. - Москва: Юрайт, 2026. - 187 с - 978-5-534-17716-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589394> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Фуряева, Т. В. Социальная инклюзия: учебник для вузов / Т. В. Фуряева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 189 с - 978-5-534-07465-9. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586703> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Фуряева, Т. В. Социализация и социальная адаптация лиц с инвалидностью: учебник для вузов / Т. В. Фуряева. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 207 с - 978-5-534-19370-1. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586120> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Трофимов, В. В. Интеллектуальные системы поддержки принятия решений. Цифровая трансформация, искусственный интеллект: учебник для вузов / В. В. Трофимов, Е. В. Трофимова. - Москва: Юрайт, 2026. - 199 с - 978-5-534-21777-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/590642> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг: учебник для вузов / Е. С. Милинчук. - Москва: Юрайт, 2026. - 216 с - 978-5-534-17395-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589325> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Алмазов, Б. Н. Психическая средовая дезадаптация несовершеннолетних: монография (отсутствует) / Б. Н. Алмазов. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 180 с - 978-5-534-09759-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/587018> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Зелинская, Д. И. Инвалидность детского населения России (современные правовые и медико-социальные процессы): монография (отсутствует) / Д. И. Зелинская, Р. Н. Терлецкая. - Москва: Юрайт, 2026. - 194 с - 978-5-534-11775-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/587510> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <http://www.gov.ru/> - Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия»)
2. <https://ved.gov.ru> - Единый портал внешнеэкономической информации Минэкономразвития России
3. <https://bd.wciom.ru/> - Всероссийский центр социологических исследований (ВЦИОМ)
4. <https://www.fedstat.ru/> - Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС)
5. <https://lks.dap.gov.ru/> - Цифровая аналитическая платформа предоставления статистических данных» (ГИС ЦАП)

Ресурсы «Интернет»

1. <https://digital.gov.ru> - Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минцифры России)
2. <https://национальныепроекты.рф> - Национальные проекты России

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. R Project;
2. Anaconda Distribution;
3. IntelliJ IDEA;
4. Python версии 3.14.4 ;
5. PyCharm ;
6. RStudio;
7. Консультант Плюс;
8. Adobe PREMIERE PRO Версия 2.0 Academic Edition;
9. LibreOffice;
10. Мой офис;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СИ

Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения