

УТВЕРЖДАЮ
Президент
Казахстанской
Ассоциации
Маркетинга
Тазабеков К.А.



ПРОГРАММА

КУРСА «ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МАРКЕТИНГЕ И РЕКЛАМЕ»

Сроки проведения 19.01.- 31.01.2026 г.

Общий объем – 72 ч.

Слушатели: 22 преподавателя Высшей школы «Маркетинг и логистика»

Освоение программы в контексте намеченных направлений предусматривает:

- инструменты искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе;
- генеративные технологии создания рекламного контента;
- аналитика рынка и клиентского опыта на основе искусственного интеллекта;
- автоматизация коммуникаций и персонализация;
- оценка эффективности, этика, право и академическая добросовестность;
- методика интеграции искусственного интеллекта в дисциплины ОП «Маркетинг».


Цель: сформировать у преподавателей ОП «Маркетинг» прикладные и методические компетенции по использованию инструментов искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе, включая разработку учебных заданий и критериев оценивания

№	Тема	Лектор / модератор	Форма занятия	Кол-во часов
1	2	3	4	5
1	ИИ в маркетинге и рекламе: тренды, кейсы, ограничения	Кренгауз И.Н.	семинар	8
2	Данные и ИИ-аналитика: сегментация, прогноз спроса, ценность клиента	Кренгауз И.Н.	семинар	10
3	Генеративный ИИ: рекламные тексты, визуальный контент, промпт-практика	Кренгауз И.Н.	семинар	12
4	ИИ в медиапланировании и таргетинге: автоматизированная закупка и размещение цифровой рекламы на основе алгоритмов и аукционных механизмов (<i>programmatic advertising</i>); управление и	Кренгауз И.Н.	семинар	10

	оптимизация ставок в рекламных аукционах; обеспечение безопасности бренда и предотвращение размещения рекламы в нежелательном информационном окружении (контент, создающий репутационные риски)			
5	ИИ в маркетинговых исследованиях: анализ отзывов/соцмедиа, поиск инсайтов	Кренгауз И.Н.	семинар	8
6	Персонализация и автоматизация: CRM-сценарии, чат-боты, омниканальные коммуникации	Кренгауз И.Н.	семинар	10
7	Оценка эффективности маркетинговых активностей: методы атрибуции и распределения вклада каналов, элементы маркетинг-микс анализа (оценка влияния комплекса маркетинга на спрос и результаты), постановка и интерпретация A/B-тестирования, система KPI; разработка и использование дашбордов (информационных панелей) для визуализации и мониторинга показателей, аналитической интерпретации данных и поддержки управленческих решений	Кренгауз И.Н.	семинар	8
8	Этика и право: данные, авторское право, риски, академическая добросовестность	Кренгауз И.Н.	семинар	4

Разработчик:

к.э.н., ассоциированный профессор

Высшей школы «Маркетинг и логистика»  Кренгауз И.Н.

Рассмотрена на заседании

Высшей школы «Маркетинг и логистика»

Протокол № 5 от 22 декабря 2025 г.