

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:

Декан факультета психологии

 Д. Ю. Баланев

« 15 » 05 2024 г.

Оценочные материалы по дисциплине

Языковые технологии искусственного интеллекта в профессиональной сфере
по направлению подготовки

по направлению подготовки / специальности

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

«Цифровой бренд-менеджмент»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Магистр

Год приема

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 Д. И. Спичева

Председатель УМК

 М. А. Подойницина

Томск – 2024

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия

ОПК – 6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ПК – 4 Способен управлять реализацией стратегии интернет-продвижения

ПК – 5 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИУК-4.1. Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.

ИУК-4.2 Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке.

ИУК-4.3 Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях

ИОПК-6.1 Владеет современными интернет-технологиями PR-деятельности

ИОПК-6.3 Умеет использовать современное цифровое оборудование в PR-деятельности.

ИПК 4.1 Организует работу по выбору темы, созданию и редактированию контента (в т.ч. по подготовке собственных и авторских материалов).

ИПК 5.1 Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта.

ИПК 5.2 Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

- фронтальный или индивидуальный опрос (дискуссия);
- выполнение домашних работ и защита ее результатов;
- выступление на занятии.

Пример опроса (дискуссии по вопросу):

1. Как бы вы определили искусственный интеллект?
2. Какие основные типы искусственного интеллекта вы знаете?
3. Какие области применения искусственного интеллекта вам известны?
4. Как искусственный интеллект может использоваться в рекламных кампаниях?
5. Какие преимущества и недостатки использования искусственного интеллекта в рекламе вы видите?
6. Как искусственный интеллект может быть использован в анализе данных в рекламе?
7. Как использование чат-ботов в рекламе может повлиять на взаимодействие с клиентами?
8. Как искусственный интеллект может быть использован для улучшения PR-стратегий?
9. Какие примеры использования искусственного интеллекта в PR-кампаниях вам известны?
10. Приведите примеры способов анализа настроений в социальных сетях?
11. Приведите примеры генерации контента с использованием ИИ?
12. Какие вызовы и возможности для PR-специалистов открываются с развитием искусственного интеллекта?

13. Каким образом, по вашему мнению, использование искусственного интеллекта может повлиять на будущее PR-индустрии?
14. Какие навыки и знания вам кажутся наиболее важными для PR-специалиста, работающего с искусственным интеллектом?

Пример тем для выступления на занятии:

- Способы персонализации коммуникации с клиентами с помощью AI
- Этические вопросы при использовании ИИ в рекламе и PR
- Способы смягчения рисков использования ИИ в рекламе и PR
- Меры необходимые для управления развитием ИИ в рекламе и PR
- Кейсы успешных компаний, использующих ИИ в своей работе

Критерии оценивания устного опроса, выступления на занятии или подготовки домашней работы:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Пример задания к зачету (4 семестр) для выполнения итоговой работы по дисциплине:

1. Создать чат бот в соответствии с целью его применения (сферу применения утверждает преподаватель).
2. Используя ИИ, создать презентацию под свой рабочий проект.

Обоснуйте свой выбор, реализуйте эту технологию на практике, продемонстрировать работу приложения, его особенности и эффективность. По результатам данной работы можно судить о сформированности следующих компетенций : РОУК-4.1, РОУК-4.2 , РОУК-4.3, РООПК-6.1 РООПК-6.3, РОПК 4.1, РОПК 5.1 , РОПК 5.2

Дополнительный вопрос: Проанализировать результаты использования одних и тех же промтов в Chat GPT и Giga chat.

Результаты зачета с оценкой определяются оценками «зачтено» и «не зачтено». Критерии оценки устной части зачета:

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, который успешно реализовал практическое задание с использованием искусственного интеллекта для решения профессиональных задач, представил его и ответил на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не справился с реализацией и представлением проекта с использованием искусственного интеллекта для решения профессиональных задач.

4.Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Тест по дисциплине " Языковые технологии искусственного интеллекта в профессиональной сфере".

Инструкция: Выберите один правильный ответ из предложенных вариантов.

1. Какое из следующих утверждений НЕ является ключевой характеристикой искусственного интеллекта? • (РОБК-1.1)

- a) Способность к обучению и адаптации.
- b) Наличие физического тела.
- c) Решающая задачи, которые традиционно считались прерогативой человека.
- d) Использование алгоритмов для обработки информации.

2. Как ИИ может помочь в создании таргетированных рекламных кампаний? (РОБК-1.2, РОПК-5.1)

- a) Анализируя демографические данные целевой аудитории.
- b) Изучая интересы и поведение пользователей в онлайн.
- c) Генерируя рекламные объявления, специально адаптированные под конкретного пользователя.
- d) Все перечисленное.

3. Как ИИ может помочь в кризисном PR? (РОПК-5. 2)

- a) Анализируя информацию в социальных сетях для выявления проблемных .
- b) Генерируя ответы на критические комментарии в онлайн.
- c) Создавая стратегии управления репутацией.
- d) Все перечисленное.

4. Какие из следующих примеров НЕ являются возможным использованием чат-ботов в PR? (РОБК-1.1, РОПК-5.1)

- a) Проведение виртуальных пресс-конференций.
- b) Предоставление информации клиентам на мероприятиях.
- c) Создание рекламных роликов.
- d) Взаимодействие с журналистами для публикации новостей.

5. Какие из следующих тенденций НЕ считаются важными для будущего ИИ в рекламе и PR? (РОБК-1.1)

- a) Глубокое обучение и нейронные сети.
- b) Развитие искусственного интеллекта с возможностью самообучения.
- c) Увеличение количества чат-ботов в рекламе и PR.
- d) Создание ИИ, способного к творчеству.

Ответы:

- 1. b) Наличие физического тела.**
- 2. d) Все перечисленное.**
- 3. d) Все перечисленное.**
- 4. c) Создание рекламных роликов.**
- 5. c) Увеличение количества чат-ботов в рекламе и PR.**

Информация о разработчиках

Зеличенко Юлия Львовна, старший преподаватель, кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: д. филос. наук, профессор Кужелева-Саган И.П.