

## **Технологии искусственного интеллекта в помощь магистранту. Опыт реализация проекта, поддержанного БФ В. Потанина**

***Спичева Д.И.***

Национальный исследовательский Томский государственный университет (НИ ТГУ), г. Томск, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4300-3610>  
e-mail: [speecheva@mail.ru](mailto:speecheva@mail.ru)

Проект «Технологии искусственного интеллекта в помощь магистранту: инструменты для исследований и работы в сфере рекламы и связей с общественностью» стал победителем Конкурса для преподавателей магистратуры БФ В. Потанина. Он направлен на редизайн магистерской программы «Цифровой бренд-менеджмент» и развитие у магистрантов направления подготовки 42.04.01 компетенций использования различных сервисов искусственного интеллекта в исследовательской и профессиональной деятельности. Так, для магистерского исследования актуально обучить магистрантов работе с сервисами генеративного искусственного интеллекта для поиска научной литературы, описания степени теоретической изученности темы, анализа больших данных, составления аннотаций, визуализации результатов исследования и др. В обучении магистрантов использованию искусственного интеллекта в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью модернизация образовательных программ, предполагаемая данным проектом, подразумевает развитие компетенций персонализации контента, автоматизации и оптимизации рекламных кампаний, анализа и сегментации целевых аудиторий, настройки обратной связи (в т.ч. работы с отзывами и возражениями), прогнозирования поведения клиентов и потребителей и др. Проект направлен на обучение магистрантов критическому отношению к материалам, предлагаемым сервисами генеративного искусственного интеллекта, помощь в понимании рисков и ограничений, связанных с использованием этих ресурсов. Внедрение технологий искусственного интеллекта в образовательный процесс способствует тому, что и в исследовательской, и в профессиональной деятельности магистранты будут быстрее выполнять рутинную работу, что позволит им сосредоточиться

на по-настоящему творческих и оригинальных задачах, проявить свою экспертность и уникальный авторский подход в их решении.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект, магистратура, исследования, профессиональная деятельность, реклама и связи с общественностью.

**Финансирование.** Исследование выполнено при финансовой поддержке Благотворительного фонда Владимира Потанина в рамках проекта № ГК25-000665

**Благодарности.** Автор благодарит за помощь в реализации проекта магистрантов ТГУ направления подготовки 42.04.01 – реклама и связи с общественностью.

**Для цитаты:** Спичева Д.И. Технологии искусственного интеллекта в помощь магистранту. Опыт реализации проекта, поддержанного БФ В. Потанина // Цифровая гуманитаристика и технологии в образовании (DHTE 2025): сб. статей VI международной научно-практической конференции. 13–14 ноября 2025 г. / Под ред. В.В. Рубцова, М.Г. Сороковой, Н.П. Радчиковой. М.: Издательство ФГБОУ ВО МГППУ, 2025. 430–440 с.

## Введение

Проект «Технологии искусственного интеллекта в помощь магистранту: инструменты для исследований и работы в сфере рекламы и связей с общественностью» направлен на развитие у магистрантов направления подготовки 42.04.01 компетенций использования различных сервисов искусственного интеллекта в исследовательской и профессиональной деятельности. Реализация проекта предполагает редизайн магистерской программы «Цифровой бренд-менеджмент». Актуальность этой идеи оправдана временем, когда в процесс цифровой трансформации вовлечены все сферы жизнедеятельности общества, а границы между биологическим и технологическим, человеческим и машинным становятся все более условными. Проект предусматривает решение проблемы, продиктованной современным рынком труда, который меняется под влиянием технологий искусственного интеллекта. С одной стороны, он выступает помощником человека в автоматизации рутинных задач; с другой стороны, сокращаются рабочие места в связи с тем, что с рядом функций искусственный интеллект справляется быстрее и качественнее, например, при обработке больших данных, технической работе с документами;

чат-боты могут заменить консультантов, даже создание цифрового контента часто отдается ему на аутсорсинг. Особенно этому влиянию подвержены отрасли экономики, связанные с информационно-коммуникативной деятельностью, в т.ч. сфера рекламы и связей с общественностью. По данным международного агентства «McKinsey Global Institute», к 2030 году в рекламной индустрии могут быть автоматизированы до 30% рабочих часов. В этих условиях перед специалистами сферы рекламы и связей с общественностью стоят задачи не только научиться использовать современные инструменты на основе искусственного интеллекта в своей работе, увеличивая производительность труда, но и продемонстрировать незаменимость естественного интеллекта в решении творческих задач, проявляя способность критического мышления и эмоциональный интеллект, на развитие которых в том числе и направлен данный проект.

При подготовке проекта учитывался опыт применения искусственного интеллекта на различных этапах обучения различных специалистов, например, будущих учителей (Глизбург, 2024), магистров педагогических специальностей (Бэкман, 2025); принимались во внимание этические аспекты реализации технологий искусственного интеллекта в классическом университете (Бермус, Сизова, 2025) и др.

Появлению данного проекта предшествовала деятельность профессорско-преподавательского состава магистерской программы «Цифровой бренд-менеджмент» по разработке и выпуску «Научных дайджестов ТГУ: фронтирные исследования и технологии» в течение 3-х лет по тематике искусственного интеллекта и смежным темам: «Вселенная ChatGPT: научный взгляд», «Экология и искусственный интеллект», «Цифровой суверенитет: искусственный интеллект и беспилотные летательные аппараты» «Нейротехнологии: междисциплинарный аспект», «Когнитивное улучшение: биохимические и физические стратегии», «Технологии безопасности: искусственный интеллект на защите информации», «Искусственный интеллект в исследованиях космоса», «Искусственный интеллект и творчество», «Искусственный интеллект и социальные коммуникации», «Искусственный интеллект в образовании», «Перспективы влияния искусственного интеллекта на экономику»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Научные дайджесты ТГУ. Научная библиотека Томского государственного университета. URL: <https://lib.tsu.ru/ru/nauchnye-daydzhesty-tgu> (Дата обращения: 2.09.2025).

На решение о редизайне магистерской программы повлияла трансформация современного рынка труда в сфере рекламы и связей с общественностью, связанная с развитием искусственного интеллекта, на котором стали востребованы такие компетенции, как умение работать с аналитическими программными инструментами типа Яндекс.Метрика, исследование и прогнозирование поведения потребителей, генерация и персонализация контента разного формата, автоматизация рекламных кампаний, например, с помощью Яндекс.Директ, настройка чат-ботов, рассылок, организация SMM, настройка таргетированной рекламы, мониторинг социальных сетей и СМИ под разные задачи и др. На эти вызовы рынка труда откликнулись и наши магистранты, которые в процессе опроса выразили свои ожидания от обучения в магистратуре, отметив наиболее важные для них компетенции: использование искусственного интеллекта для создания визуальных решений (в т.ч. фото и видео), генерации текстов, организации мероприятий, анализа больших данных, мониторинга общественного мнения, получения обратной связи, исследования упоминаний бренда, персонализации рекламных и PR-предложений, проведения маркетинговой аналитики, управления персоналом, организации задач, ресурсов и времени, работы с алгоритмами машинного обучения. На редизайн магистерской программы так же натолкнула и Программа развития НИ ТГУ<sup>1</sup>, в которой развитие технологий искусственного интеллекта объявлено в качестве одной из главных задач.

Потенциальная востребованность выпускников такой программы работодателями отрасли рекламы и связей с общественностью была подтверждена в процессе организации и проведения НИ ТГУ и Медиа-холдингом «Рекламный дайджест» Бизнес-форума «Искусственный интеллект – инструмент маркетинга и продаж»<sup>2</sup>.

## **Методы**

При разработке данного проекта анализировался опыт уже существующих образовательных программ. Например, профильная

---

<sup>1</sup> Программа развития Томского государственного университета. Программа стратегического академического лидерства Приоритет 2020. URL: <https://priority2030.tsu.ru/about/> (Дата обращения: 15.08.2025).

<sup>2</sup> 16 октября – бизнес-форум «Искусственный интеллект – инструмент маркетинга и продаж». Новости Томского государственного университета. URL: <https://news.tsu.ru/calendar-of-events/16-oktyabrya-biznes-forum-iskusstvennyy-intellekt-instrument-marketinga-i-prodazh/> (Дата обращения: 19.05.2025).

программа по подготовке специалистов по работе с искусственным интеллектом «Прикладной искусственный интеллект» (онлайн-магистратура от УрФУ и «Нетологии»). Она направлена на обучение работе с моделями машинного обучения и нейронными сетями для решения бизнес-задач. Эта программа интересна для нашего проекта с точки зрения понимания задач бизнеса и работы со стейкхолдерами с помощью искусственного интеллекта. На мысль о возможности учить магистрантов «легальному» использованию возможностей искусственного интеллекта в образовательной деятельности натолкнули магистерские программы КГУ, МГТУ им. Носова, МПГУ, ПГППУ, СГУ им. Питирима Сорокина, ЧелГУ, ЮУрГППУ. Все они реализуются по направлению «Педагогическое образование» и включают подготовку специалистов в области применения технологического и дидактического потенциала искусственного интеллекта, которые могут оперативно реагировать на актуальные потребности современного образования и высокотехнологичные вызовы новой цифровой индустрии. Программа повышения квалификации НИ ТГУ «Генеративный искусственный интеллект для преподавателя: стратегии, инструменты, этика»<sup>1</sup> помогла понять, как развить у магистрантов навыки этичного использования ИИ в профессиональной деятельности по примеру того, как он может быть использован в образовании. По этой программе обучились все штатные преподаватели магистратуры.

Анализ вышеописанных практик позволил понять, что для магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 (реклама и связи с общественностью) применение технологии искусственного интеллекта в образовательном процессе предлагается впервые.

Проект предусматривает переформатирование магистерской программы «Цифровой бренд-менеджмент» направления подготовки 42.04.01 посредством внедрения технологии искусственного интеллекта в образовательный процесс и обучения магистрантов использованию инструментов на основе искусственного интеллекта для исследований и работы в сфере рекламы и связей

---

<sup>1</sup> Артём Фещенко о программе повышения квалификации «Генеративный искусственный интеллект для преподавателя: стратегии, инструменты, этика». ДПО: от буквы до цифры. URL: <https://telegra.ph/Artyom-Feshchenko-o-programme-povysheniya-kvalifikacii-Generativnyj-iskusstvennyj-intellekt-dlya-prepodavatelya-strategii-instru-04-22> (Дата обращения: 29.04.2025).

с общественностью с целью повышения их конкурентоспособности на рынке труда, на котором все более востребованными становятся специалисты, владеющие такими инструментами. Переформатирование программы сделало ее более практикоориентированной, отвечающей потребностям высокотехнологичной экономики современного сетевого информационно-коммуникативного общества.

Для успешного редизайна данной магистерской программы применяются уже имеющиеся в ТГУ технологии и методы. Во-первых, учитывается опыт разработки модели изучения ценностно-идеологических ориентиров молодежи в регионах РФ на основе анализа открытых данных социальных сетей<sup>1</sup>, созданной сотрудниками Института анализа больших данных и искусственного интеллекта ТГУ. Это новая социогуманитарная технология, позволяющая с помощью анализа открытых данных социальных медиа решать различные задачи социогуманитарных исследований. Во-вторых, в обучении используется система «Avalanche»<sup>2</sup> («Лавина») (А.И. Масалович), – это семейство автоматизированных систем интернет-мониторинга нового поколения. Она объединяет в себе: расширенные возможности интернет-поиска (на основе собственного семейства -поисковых роботов); средства автоматизированного ведения досье с возможностями интеллектуальной аналитической обработки, выявления существенных фактов и оперативного планирования деятельности. Система «Avalanche» позволяет проводить интернет-разведку и выявлять угрозы на ранней стадии. Для образовательных и исследовательских задач она применяется в тестовом формате. В-третьих, программа использует ресурсы созданной в ТГУ инфраструктуры, включающей в себя Институт анализа больших данных и искусственного интеллекта, Сибирский центр искусственного интеллекта (партнер – СБЕР), Центр когнитивных исследований и нейронаук (партнер – компания Нейротренд). Кроме того, в образовательный процесс магистратуры постепенно включаются сервисы генеративного искусственного интеллекта открытого доступа, такие, как GigaChat, Kandinsky, Glasp и т.п.

---

<sup>1</sup> Ценностные ориентиры российского студенчества. Модель изучения ценностно-идеологических ориентиров молодежи в регионах РФ на основе анализа открытых данных социальных сетей. URL: <https://нашиценности.рф/> (Дата обращения: 30.05.2025).

<sup>2</sup> Найдется главное. Avalanche. URL: <https://avl.team/> (Дата обращения: 3.02.2025).

## Результаты

Редизайн магистерской программы «Цифровой бренд-менеджмент» позволил магистрантам и преподавателям освоить теоретические основы искусственного интеллекта, научиться применять его инструменты в исследовательской и профессиональной деятельности, а также развить навыки его этичного использования в образовании и профессии. Внедрение технологии искусственного интеллекта в образовательный процесс магистратуры позволяет ТГУ сохранить лидерские позиции в рейтинге университетов по развитию искусственного интеллекта и репутацию вуза, готовящего конкурентоспособных профессионалов для современного высокотехнологичного рынка труда. Устойчивость и жизнеспособность результатов проекта гарантирует, во-первых, тот факт, что искусственный интеллект является фронтирной темой исследований и разработок для ТГУ; во-вторых, заинтересованность организаций-лидеров отрасли рекламы и связей с общественностью в получении таких специалистов, о чем свидетельствуют многочисленные заверения работодателей, полученные нами в процессе организации и проведения Бизнес-форума «Искусственный интеллект – инструмент маркетинга и продаж» совместно с Медиа-холдингом «Рекламный дайджест» 16 октября 2024 г. в г. Томске.

В результате редизайна в учебный план магистерской программы «Цифровой бренд-менеджмент» добавлен специализированный курс по тематике искусственного интеллекта «Философия искусственного интеллекта: этика и технологии его использования в бренд-менеджменте»; модернизировано содержание 7 программ магистратуры по использованию инструментов искусственного интеллекта в исследовательской и профессиональной деятельности; преподаватели магистерской программы получили опыт использования технологий искусственного интеллекта в учебной работе. 100 % магистрантов владеют разными инструментами на основе технологий искусственного интеллекта.

Результаты проекта заключаются как в том, что магистранты научились использовать технологии и инструменты искусственного интеллекта в исследовательской и профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью; так и в том, что они научились использовать искусственный интеллект не вместо, а вместе с их

естественным интеллектом, превращая его не в заменителя, а в помощника человеку в его деятельности.

Об успешности реализации проекта свидетельствует увеличение востребованности образовательной программы «Цифровой бренд-менеджмент» среди абитуриентов по сравнению с предыдущим годом на 20%, согласно данным приемной комиссии ТГУ.

### **Обсуждение**

Редизайн магистерской программы способствует решению одной из задач Программы развития ТГУ по исследованию и развитию технологий искусственного интеллекта, укреплению репутации ТГУ среди университетов-лидеров РФ в этом направлении. Мероприятия данного проекта соотносятся со стратегическим проектом ТГУ «Социогуманитарный инжиниринг: исследование и проектирование человека и общества», который помимо прикладных задач развития инструментов на основе искусственного интеллекта для современной экономики, решает и экзистенциальные проблемы существования «человека и общества в гибридной реальности в эпоху двух интеллектов»<sup>1</sup>, исходя из того, что эти решения должны быть не только рефлексивными, но и прогностическими, способными обеспечить ментальный суверенитет человека в условиях человеко-машинного взаимодействия, в частности, и когнитивный суверенитет страны, в целом. В связи с вышеперечисленным опыт внедрения технологий искусственного интеллекта в образовательный процесс магистратуры будет востребован и другими магистерскими программами нашего университета и других вузов РФ.

#### **Список источников**

1. Бермус, А.Г., Сизова, Е.В. (2025). Этические аспекты реализации технологий искусственного интеллекта в классическом университете: анализ отношения студенческой аудитории. *Непрерывное образование: XXI век*, 2, 1–16. <https://doi.org/10.15393/j5.art.2025.10585>.
2. Бэкман, Е.В. (2025). Возможности изучения искусственного интеллекта при подготовке магистров педагогических

---

<sup>1</sup> Сверка часов в ТГУ продолжается. Часть 3: Стратпроекты ТГУ-2030. Слово ректору. Новости Томского государственного университета. URL: <https://news.tsu.ru/projects/word-to-the-rector/sverka-chasov-v-tgu-prodolzhaetsya-chast-3-stratproekty-tgu-2030/> (Дата обращения: 11.07.2025).



специальностей. *Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки*, 1(43), 46–51. <https://doi.org/10.52928/2070-1640-2025-43-1-46-51>.

3. Глизбург, В.И. (2024). Применение искусственного интеллекта при подготовке бакалавров и магистров педагогического образования. *Вестник МГПУ. Серия: Информатика и информатизация образования*, 2 (68), 7–19. <https://doi.org/10.25688/2072-9014.2024.68.2.01>.

### ***Информация об авторе***

*Спичева Дина Ивановна*, кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии, Национальный исследовательский Томский государственный университет (НИ ТГУ), г. Томск, Российская Федерация, ORCID: 0000-0002-4300-3610, e-mail: [speecheva@mail.ru](mailto:speecheva@mail.ru).

## **Artificial Intelligence Technology to Aid Master's Students. Experience of Project Implementation Funded by the Vladimir Potanin Foundation**

***Dina I. Spicheva***

National Research Tomsk State University (TSU)

Tomsk, Russian Federation

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4300-3610>

e-mail: [speecheva@mail.ru](mailto:speecheva@mail.ru)

The project «Artificial Intelligence Technology to Aid Master's Students: Instruments for Research and Work in Advertising and Public Relations» won the Competition for Master's Degree Teachers of the Vladimir Potanin Foundation. It is aimed at redesigning the «Digital Brand Management» master's program and developing the competencies of master's students in the 42.04.01 program when it comes to using various artificial intelligence services in research and professional activities. Thus, for a master's study, it is important to teach master's students how to work with generative artificial intelligence services to search for scientific literature, describe the degree of theoretical knowledge of a topic, analyze big data, write annotations, visualize research results, etc. In the training of master's students to use artificial intelligence in the professional activities of an advertising and public relations specialist, the modernization of educational programs envisaged by this project means the development of competencies in content personalization, automation and optimization of advertising campaigns, analysis and segmentation of target audiences, setting up feedback (including working with reviews and objections), predicting the behavior of clients and consumers, etc. The project is aimed at teaching master's students to have a critical attitude towards materials offered by generative artificial intelligence services, helping them understand the risks and limitations associated with the use of these resources. The introduction of artificial intelligence technologies into the educational process contributes to the fact that both in research and in professional activities, master's students will perform routine work faster, which will allow them to focus on truly creative and original tasks and demonstrate their expertise and unique approach to their completion.

**Keywords:** artificial intelligence, master program, research, professional activities, advertising and public relations

**Funding.** The reported study was funded by Vladimir Potanin Foundation, project number № IK25-000665.

**Acknowledgements.** The authors are grateful for the assistance in implementing the project from the Master's students in the training program 42.04.01 – Advertising and Public Relations.

**For citation:** Spicheva D.I. Artificial Intelligence Technology to Aid Master's Students. Experience of Project Implementation Funded by the Vladimir Potanin Foundation // *Digital Humanities and Technology in Education (DHTE 2025): Collection of Articles of the V International Scientific and Practical Conference. November 13–14, 2025* / V.V. Rubtsov, M.G. Sorokova, N.P. Radchikova (Eds). Moscow: Publishing house MSUPE, 2025. 430–440 p. (In Russ., abstr. in Engl.).

### ***Information about the authors***

*Dina I. Spicheva*, PhD in Philosophy, Associate Professor of the Department of Social Communications, Faculty of Psychology, National Research Tomsk State University (TSU), Tomsk, Russian Federation, ORCID: 0000-0002-4300-3610, e-mail: [speecheva@mail.ru](mailto:speecheva@mail.ru)