



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

Методическая трансформация: как интегрировать ИИ в учебный процесс и сохранить контроль за качеством знаний

**Рыбалко Мария
Александровна**

e-mail: 903103@gmail.com

План



1 Введение

3 Опыт курса «Маркетинг»
(раздел «Маркетинговые исследования»)

2 Опыт курса
«Маркетинговые коммуникации»

4 Заключение: есть ли
«жизнь» без ИИ? =)

О себе



✦ 17 лет в сфере образования

✦ Опыт внедрения ИИ с начала 2025 уч.г.

✦ Дисциплины, связанные с маркетингом

✦ Бакалавриат и магистратура

Проблема: почему запрещать ИИ бесполезно?



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

1

Студенты
массово
используют ИИ

2

Запреты НЕ
вернут
контроль

3

Необходимо
смещение
акцента



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

Курс

**«Маркетинговые
коммуникации»
(магистратура)**

Кейс 1. Анализ текста и прокачка промптинга

01

Задание: разработка интегрированной рекламной кампании.

Суть метода: студент вводит простейший запрос («Ты — маркетолог, сделай X») и обязан аргументированно покритиковать поверхностный ответ ИИ на основе материалов лекций.

02

Развитие: на втором этапе студент дорабатывает промпт (добавляет ЦА, бюджет, воронку), улучшая результат.

Отчетность: скрины, презентация и выгрузка диалога с ИИ.

Кейс 2. Генерация изображений и проверка понимания сути



01

Задание: визуализация креативной идеи для нестандартной рекламы (ambient media) с помощью ИИ.

Защита концепта:

студенты должны подробно обосновать, почему их сгенерированная коммуникация сработает.

02

Маркеры списывания: те, кто не разобрался в теме, приносят обычную наружную рекламу или одинаковые шаблонные картинки без поиска инсайтов.

Кейс 3 и 4. Мультимедиа и ИИ-агенты для самопроверки



01

Создание видео и аудио:

студенты генерируют короткие рекламные ролики с музыкальным джинглом, обосновывая выбор сценария-победителя.

02

Интерактивный ИИ-ассистент:

загрузка учебной презентации в Perplexity. Задача студента — обсудить тему с ИИ-агентом, предоставить чат и очно на занятии написать проверочный тест «ручкой на бумаге».



Масштаб.

ИИ интегрирован в 4 из 6 заданий курса



Разнообразие.

Используются совершенно разные типы нейросетей: от текстовых до генераторов изображений, видео и аудиоконтента



Плюс подхода.

На выборке из 20+ работ позволяет четко дифференцировать оценки

ИТОГИ: результаты трансформации курса



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

Курс

«Маркетинг», раздел «Маркетинговые исследования» (бакалавриат)

Кейс 1. Desk research

01

Использование ChatGPT, Claude, DeepSeek для сбора бенчмарков и генерации первичных гипотез перед выходом «в поле»

02

Быстрый сбор первичной информации
Помощь, когда нет идей
Создание драфтов гайдов, например

- **Что делать:** Попросите ИИ собрать метрики аналогичных продуктов (конверсии, стоимость привлечения клиента, средний чек, популярные механики удержания).
- **Пример промпта:**

«Действуй как Lead Product Researcher. Мне нужно собрать бенчмарки для EdTech-платформы в сфере обучения маркетингу для взрослых. Найди данные по среднему retention rate (коэффициенту удержания) 1-го и 3-го месяцев для аналогичных сервисов в США и Европе за последние годы. Оформи в виде таблицы».

- **Что делать:** Переведите гипотезы в открытые вопросы для «полевого» исследования.
- **Пример промпта:**

«На основе этих 7 гипотез составь гайд для проведения CustDev-интервью. Вопросы должны быть открытыми, направленными на прошлый опыт человека и не содержать подсказок. Используй методологию книги „Спроси маму“ Роберта Фитцпатрика».

- **Что делать:** Загрузите в Claude профиль вашей целевой аудитории и попросите сгенерировать список их потенциальных проблем, страхов и скрытых мотивов, которые нужно проверить «в поле».
- **Пример промпта:**

«Я планирую запустить курс по ИИ для практикующих маркетологов. Моя ЦА — специалисты с опытом от 3 лет, которые боятся автоматизации или не понимают, как внедрить ИИ в рутину. Сделай глубокий разбор: сформулируй 7 неочевидных гипотез о их главных болях и барьерах перед покупкой такого обучения. Выдели те гипотезы, которые сложнее всего проверить обычным анкетированием».

Кейс 2. Качественные исследования



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

01

Применение нейросетей для транскрипции глубинных интервью и фокус-групп.
ИИ как респондент

02

Решение проблемы поиска респондентов
Реальная тренировка навыков взятия интервью

Кейс 3. Количественные исследования

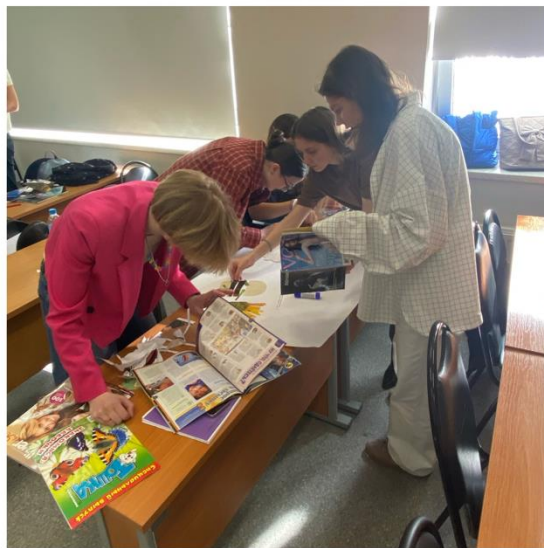
01

Составление анкеты с помощью ИИ, а затем поиск методологических ошибок в ней

02

Студент в роли преподавателя
Реальная проверка знаний и навыков
Индивидуальный подход

«Жизнь» без ИИ =)



Студенты всё еще любят
делать что-то своими
руками

Вебинар 28 сентября 2026



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

Вопросы?



Рыбалко Мария

e-mail: 903103@gmail.com

tg: [@mariarr_21](https://www.t.me/mariarr_21)