

Studentenes opplevelser og perspektiver på bruk av kunstig intelligens (KI) i markedsføringsoppgaver: Effektivitet, kreativitet og kvalitet

Mohammed Nazar



01

Hvordan KI påvirker studenter i emnet digital markedsføring og læringsprosessen deres.

02

Forståelse av KIs rolle og teknologiens innvirkning på pedagogisk praksis.

03

Kvantitativ undersøkelse for å vurdere studentenes oppfatning av KI i markedsføringsoppgaver.



04

KI-workshop og en praksisoppgave for å lage markedsføringsinnhold med og uten hjelp av KI



05

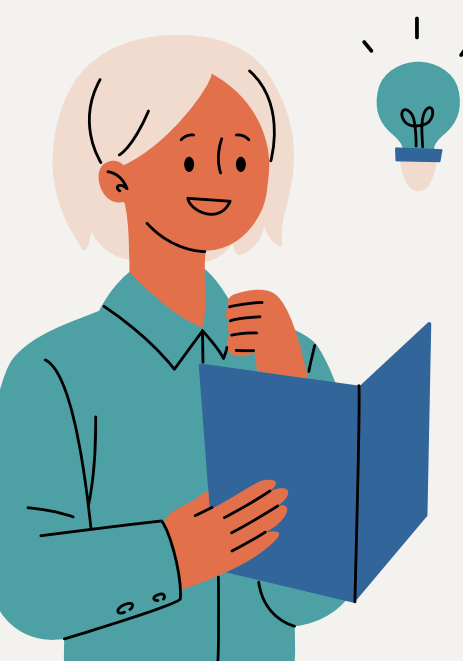
Samle inn data gjennom en survey blant 19 studenter.

06

Vurdere oppfatninger av KIs effekt på idégenerering, oppgavekvalitet- og kompleksitet, samt etikk og personvern.

07

Trekke konklusjoner om betydningen av å integrere KI i læringsprosessen og justere pedagogisk praksis.



Resultatene viser at studentene ser forbedringer i idégenerering med KI-verktøy, men har delt syn på KIs effekt på oppgavekvalitet og kompleksitet, samt betenkeligheter om etikk og personvern. Studien indikerer en positiv holdning til integrering av KI i fremtidig arbeid og understreker viktigheten av å tilpasse undervisningsmetoder for å møte studentbehov.



Høgskulen
på Vestlandet