

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**  
**(РУТ (МИИТ))**

**АННОТАЦИЯ К**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Контент-маркетинг**

Направление подготовки: 38.03.02 – Менеджмент

Направленность (профиль): Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: Очная

**Общие сведения о дисциплине (модуле).**

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся способности разрабатывать и реализовывать стратегию контент-маркетинга организаций транспортно-логистического комплекса, включая создание и адаптацию медиаконтента для цифровой среды с активным применением современных информационных технологий и инструментов искусственного интеллекта.

Задачами дисциплины являются:

Освоить методологию стратегического планирования контент-маркетинга, включая исследование целевых аудиторий и формирование контент-стратегии с учетом отраслевой специфики транспортных компаний (B2B и B2C сегменты).

Сформировать практические навыки создания и адаптации медиаконтента (текстового, визуального, мультимедийного) для продвижения транспортных услуг в цифровой среде, в том числе с использованием генеративного искусственного интеллекта.

Освоить современные программные средства и цифровые сервисы для управления контент-планами, дистрибуции медиапродуктов и автоматизации маркетинговых коммуникаций.

Развить аналитические компетенции в области оценки эффективности контент-маркетинга с применением инструментов цифровой аналитики для оптимизации коммуникационных кампаний.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов)).