

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
базового высшего образования
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Контент-маркетинг

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 08.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины является понимание обучающимися современных подходов к информационно-коммуникационным технологиям, в соответствии с запросами и потребностями целевой аудитории.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся целостного представления о контент-маркетинге как о важнейшем направлении деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-4 - Способен использовать современные информационные технологии, цифровые сервисы и программные средства для решения задач профессиональной деятельности;

ПК-1 - Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные кампании, создавать медиаконтент (рекламный и PR) для продвижения транспортных услуг с применением инструментов искусственного интеллекта в цифровой среде.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Знать:

основные термины и инструменты контент-маркетинга, принципы формирования контента

знать основные потребности и запросы общества и аудитории в профессиональной сфере

знать принципы работы современных информационных технологий и их применение в профессиональной деятельности

основы разработки коммуникационных кампаний и создания рекламного контента

Уметь:

разрабатывать контент-план, проводить контент-анализ и определять эффективность рекламной и PR-кампании

анализировать и интерпретировать запросы общества и аудитории

выбирать и использовать соответствующие информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности

планировать и реализовывать коммуникационные кампании и создавать рекламный контент для продвижения продуктов в цифровой среде

Владеть:

авторскими навыками при формировании презентации рекламной стратегии и техниками копирайтинга

методами и инструментами для анализа эффективности рекламных кампаний и корректировки стратегии продвижения продуктов в цифровой среде

навыками анализа и оценки эффективности применения информационных технологий в профессиональной деятельности

навыками коммуникации и взаимодействия с обществом и аудиторией для удовлетворения их потребностей и запросов

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 96 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или)

лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Основы создания эффективного контента Рассматриваемые вопросы: - предпосылки возникновения контент-маркетинга; - отличия контент-маркетинга от прямой рекламы; - контент-маркетинг как инструмент PR; - основные принципы контент-маркетинга; - особенности сегментации контента.
2	Контент-маркетинг как эффективный метод привлечения клиентов Рассматриваемые вопросы: - классификация видов контента; - встроенные опции социальных сетей для продвижения контента; - выбор контента, площадки и аудиторий для продвижения.
3	Применение триггеров в тексте Рассматриваемые вопросы: - принципы создания продающего текста; - классификация триггеров и способы применения.
4	Сторителлинг Рассматриваемые вопросы: - сущность и значение сторителлинга; - технология создания продающей истории.
5	Продающий контент Рассматриваемые вопросы: - целеполагание продающего контента; - принципы создания и эффективность продающего контента.
6	Информационный контент Рассматриваемые вопросы: - целеполагание информационного контента; - принципы создания и эффективность информационного контента.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Создание контента В результате практического занятия студент приобретает навыки формирования продающего, информационного, развлекательного, брендированного и комбинированный контент
2	Создание контент-плана В результате практического занятия студент приобретает навыки планирования размещения

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	контента на различных площадках, изучает отличия контента при запуске рекламной кампании и прогреве аудитории, работает с интеллектуальными картами.
3	Аналитика текста. Основные технологии и инструменты. В результате практического занятия студент приобретает навыки работы с аналитическими платформами исследования трафика, применяет инструментарий аналитики контента, формирует карту количественных и качественных показателей анализа контента, создает контент-план.
4	Применение триггеров в тексте В результате практического занятия студент приобретает навыки работы с принципами создания продающего текста и применения продающих триггеров при создании текста
5	Сторителлинг В результате практического занятия студент приобретает навыки работы с технологиями создания продающей истории.
6	Продающий контент В результате практического занятия студент приобретает навыки создания продающего контента и принципов его эффективного продвижения.
7	Информационный контент В результате практического занятия студент приобретает навыки создания информационного контента и принципов его эффективного продвижения.
8	Развлекательный контент В результате практического занятия студент приобретает навыки создания развлекательного контента и принципов его эффективного продвижения
9	Брендированный контент В результате практического занятия студент приобретает навыки создания брендированного контента и принципов его эффективного продвижения.
10	Контент-план В результате практического занятия студент приобретает навыки создания интеллектуальной карты, как генератора креативных идей.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Работа с литературой
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Маркетинг-менеджмент И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. Учебник Москва	URL: https://urait.ru/bcode/511247

	: Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4 , 2023 2023	(дата обращения: 08.06.2026). — Текст : электронный
2	Копирайтинг : учебное пособие для вузов Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. Учебное пособие Издательство Юрайт, 2023. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3 , 2023 2023	URL: https://urait.ru/bcode/510131 (дата обращения: 08.06.2026). — Текст : электронный

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт рут (миит) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека рут (миит) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «юрайт» (<https://urait.ru/>).

КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru/>

Гарант <http://www.garant.ru/>

Электронно-библиотечная система УМЦ ЖДТ (<https://umczdt.ru>)

Федеральная служба государственной статистики: (<https://www.rosstat.gov.ru/>)

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер

Операционная система Microsoft Windows.

Офисный пакет приложений Microsoft 365 и приложения Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Для проведения занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

старший преподаватель кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

П.А. Булахова

доцент, к.н. кафедры «Экономика и
управление на транспорте»

М.В. Никитин

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян