МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ)

Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программа бакалавриата
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: 01.06.2023

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины является понимание обучаемыми 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 отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-6 - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

ПК-1 - Способен разрабатывать коммуникационную кампанию, создавать рекламный контент для продвижения продукта 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

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

Владеть:

авторскими навыками при формирования 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 3 з.е. (108 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 60 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.
7	Развлекательный контент Рассматриваемые вопросы: - целеполагание развлекательного контента; - принципы создания и эффективность развлекательного контента.
8	Брендированный контент Рассматриваемые вопросы: - целеполагание брендированного контента; - принципы создания и эффективность брендированного контента.
9	Контент-план Рассматриваемые вопросы: - интеллектуальная карта как генератор креативных идей; - анализ конкурентов, основные инструменты.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
10	Контент-анализ Рассматриваемые вопросы: - целеполагание составления контент-плана; - контент-анализ, количественные и качественные характеристики.

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 контента на различных площадках, изучает отличия контента при запуске рекламной кампании и прогреве аудитории, работает с интеллекткартами.
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.
11	Контент-анализ В результате практического занятия студент приобретает навыки проведения контент-анализа, количественные и качественные характеристики.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
12	Постинг В результате практического занятия студент приобретает навыки эффективного постинга с учетом всех инструментов контент-маркетинга изученных ранее.

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	Выполнение курсовой работы.
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

В течении семестра студенты выполняют курсовую работу на тему "Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании". Курсовая работа состоит из задания - плана. По согласованию с преподавателем каждый студент выбирает для разработки маркетингового плана свою компанию.

1. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании РЖД
2. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании Аэрофлот
3. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании Лукойл
4. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании Газпром
5. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании МТС
6. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании Озон
7. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании S7
8. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании X5
9. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании Татнефть
10. Контент-маркетинг как инструмент продвижения компании Авито

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 : Издательство Юрайт, 2023. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4 , 2023	URL: https://urait.ru/bcode/511247 (дата обращения: 23.03.2023). — 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	URL: https://urait.ru/bcode/510131 (дата обращения: 23.03.2023). — 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. https://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 лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

Курсовая работа 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» Ж.В. Смирнова

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии М.В. Ишханян