

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)

Практикум по текстовым и нарративным коммуникациям

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 формирование у обучающихся практических компетенций по созданию медиатекстов, медиапродуктов и нарративных коммуникаций, адаптированных к специфике различных отраслей экономики (в том числе транспортного комплекса), с соблюдением норм медиаграмотности, языковых норм и особенностей знаковых систем

Задачи дисциплины:

1. Освоение современных инструментов и технологий создания текстовых и нарративных коммуникаций (сторителлинг, нарративный дизайн, трансмедийные истории) для различных медиаканалов.

2. Формирование навыков адаптации содержания, стиля и тональности медиатекстов к специфике целевых аудиторий и отраслевой специфике (на примере компаний транспортного и логистического комплекса).

3. Развитие навыков критического анализа и оценки медиатекстов на предмет соответствия нормам медиаграмотности, профессиональной этики и законодательного регулирования.

4. Отработка практических навыков разработки конкретных видов медиапродуктов: от коротких форматов (посты, слоганы, сценарии для вертикальных видео) до комплексных текстовых стратегий и пресс-материалов.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ОПК-1 - Способен создавать медиатексты и(или) медиапродукты, и(или) коммуникационные продукты, адаптируя их содержание, стиль и каналы распространения к специфике различных отраслей экономики, с соблюдением норм медиаграмотности, языка и особенностей знаковых систем.

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

Уметь:

- Анализировать целевую аудиторию и отраслевую специфику для выбора оптимальных нарративных стратегий и текстовых форматов.

- Разрабатывать концепции медиатекстов и нарративов, адаптируя их под конкретные каналы распространения и коммуникативные задачи.

- Оценивать созданные или существующие медиапродукты на предмет соответствия нормам языка, стандартам медиаграмотности и отраслевым требованиям.

Знать:

- Типологию, структуру и жанровые особенности медиатекстов и нарративных коммуникаций в современной медиасреде.

- Принципы и методы адаптации содержания, стиля и каналов распространения коммуникационных продуктов к специфике различных отраслей экономики (включая транспортный комплекс).

- Нормы медиаграмотности, современного русского языка и особенности знаковых систем, используемых при создании медиапродуктов.

Владеть:

- Практическими навыками создания и редактирования медиатекстов и нарративных продуктов для различных медиаканалов.

- Методами и приемами адаптации текстового контента к специфике транспортного комплекса и других отраслей экономики.

- Инструментами анализа и оптимизации текстов с учетом особенностей знаковых систем и требований профессиональной этики.

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 №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	48	48

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 80 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	Введение в текстовые и нарративные коммуникации Рассматриваемые вопросы: Эволюция текстовых коммуникаций в современной медиасреде. Понятие медиатекста, медиапродукта и нарратива. Сравнительная характеристика классического копирайтинга и нарративного подхода. Роль текстовых коммуникаций в маркетинге, PR, рекламе и внутренних коммуникациях транспортных организаций.
2	Архитектура медиатекста и нормы медиаграмотности Рассматриваемые вопросы: Структурно-смысловая организация медиатекста: заголовок, лид, основное тело, призыв к действию (СТА). Понятие медиаграмотности и фактчекинга. Языковые нормы, стилистические особенности и этические стандарты создания коммуникационных продуктов. Выявление и нейтрализация манипулятивных техник и фейковой информации в текстах.
3	Теория и практика нарративного дизайна (Сторителлинг) Рассматриваемые вопросы: Понятие нарратива и сторителлинга в рекламе и связях с общественностью. Классификация нарративных стратегий: мономиф (путь героя), антиутопия, кейс-история, пользовательский опыт (UX-райтинг). Построение сюжетной арки, создание персонажей и механики эмоционального вовлечения целевой аудитории через текст.
4	Отраслевая специфика текстовых коммуникаций Рассматриваемые вопросы: Методы адаптации содержания, стиля и каналов распространения коммуникационных продуктов к специфике различных отраслей экономики. Специфика B2B и B2C коммуникаций в транспортно-логистическом комплексе. Формирование «тона голоса» (ToV) для транспортных компаний, авиаперевозчиков, логистических сервисов и инфраструктурных проектов. Особенности написания текстов с учетом высокой социальной значимости транспортной отрасли.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
5	<p>Знаковые системы и мультимодальность медиапродуктов</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <p>Особенности знаковых систем и взаимодействие текста с визуальными, аудио и цифровыми кодами.</p> <p>Принципы создания мультимодальных (синкретичных) текстов.</p> <p>Семиотический анализ рекламных и PR-кампаний.</p> <p>Интеграция текста в инфографику, интерфейсы цифровых транспортных сервисов и мультимедийные проекты.</p>
6	<p>Генеративный искусственный интеллект в создании текстов</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <p>Применение нейросетей и инструментов ИИ для генерации, рерайтинга и адаптации медиатекстов.</p> <p>Основы промпт-инжиниринга для решения профессиональных задач в рекламе и PR.</p> <p>Критический анализ ИИ-контента: проверка на фактологическую достоверность, этические ограничения, защита персональных данных и авторское право.</p> <p>Роль человека-редактора в эпоху ИИ.</p>
7	<p>Оценка эффективности и оптимизация текстовых коммуникаций</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <p>Критерии оценки качества медиатекстов и нарративов на предмет соответствия нормам языка и коммуникационным задачам.</p> <p>Инструменты аналитики текстов: A/B тестирование заголовков, анализ вовлеченности, тональности и читаемости.</p> <p>Редактура, оптимизация и подготовка текстов к публикации с учетом обратной связи от целевой аудитории и отраслевых требований.</p>

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Анализ медиатекстов в современной среде.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент анализирует примеры медиатекстов, выявляя признаки медиаграмотности, фактчекинга и манипулятивных техник в рекламе и PR.</p>
2	<p>Разбор архитектурных элементов медиатекста.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык структурирования медиатекста, формируя заголовки, лиды и призывы к действию (СТА) для различных каналов коммуникации.</p>
3	<p>Сравнительный анализ классического копирайтинга и нарративного подхода.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент сравнивает текстовые решения, определяя преимущества нарративного подхода перед традиционным копирайтингом в конкретных отраслевых кейсах.</p>
4	<p>Разработка нарративной стратегии бренда.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент разрабатывает концепцию нарратива для бренда, используя архетипы, модель «путь героя» и механики эмоционального вовлечения.</p>
5	<p>Создание сюжетных арок и пользовательских историй (UX-райтинг).</p> <p>В результате работы над кейсами студент приобретает навык написания коротких нарративов и сценариев для улучшения пользовательского опыта в цифровых сервисах.</p>
6	<p>Практикум по сторителлингу: эмоциональное вовлечение аудитории.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент создает текстовые зарисовки, направленные на эмоциональное вовлечение целевой аудитории через реальные кейсы и истории клиентов.</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
7	Адаптация «тона голоса» для транспортных компаний. В результате работы на практическом занятии студент формирует гайдлайн тональности («тон голоса») для авиакомпании или логистического сервиса, адаптируя стиль под B2B и B2C аудитории.
8	Написание текстов для B2B-коммуникаций в транспортно-логистическом комплексе. В результате работы на практическом занятии студент разрабатывает коммерческие предложения и презентационные тексты для корпоративных клиентов транспортной отрасли.
9	Создание текстов с учетом социальной значимости транспортной отрасли. В результате работы на практическом занятии студент пишет информационные и имиджевые тексты, подчеркивающие надежность, безопасность и социальную ответственность транспортного оператора.
10	Семиотический анализ рекламных кампаний. В результате работы на практическом занятии студент проводит практический анализ медиарекламы, выявляя взаимодействие текстовых, визуальных и аудиокодов в едином коммуникационном продукте.
11	Создание мультимодальных текстов: интеграция текста и инфографики. В результате работы на практическом занятии студент приобретает навык написания сопроводительных текстов, заголовков и пояснений для инфографических материалов транспортных сервисов.
12	Разработка текстового наполнения для цифровых интерфейсов В результате работы на практическом занятии студент создает текстовые сценарии для мобильного приложения или сайта транспортной компании (push-уведомления, экраны онбординга, чат-боты)

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	Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. 2025	ЭБР Юрайт: https://urait.ru/bcode/557118 (дата обращения: 03.06.2026). - Текст : электронный

2	Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 345 с 2026	ЭБР Юрайт: https://urait.ru/bcode/587376 (дата обращения: 03.06.2026). — Текст : электронный
3	Чернов, А. В. Сторителлинг в интегрированных коммуникациях : учебник для вузов / А. В. Чернов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 131 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21098-9. 2026	ЭБР Юрайт: https://urait.ru/bcode/590170 (дата обращения: 03.06.2026). — 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/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс» (<https://www.consultant.ru/>), «Гарант» (<https://www.garant.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. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и ПК с необходимым программным обеспечением и подключением к сети интернет

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

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

Е.А. Иванова

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