

**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 - программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
38.03.06 Торговое дело,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Бизнес-коммуникации компании**

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль): Маркетинг

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: 2575  
Подписал: заведующий кафедрой Терешина Наталья  
Петровна  
Дата: 01.06.2021

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения учебной дисциплины является: формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоением различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов деятельности с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста)..

Основными задачами курса дисциплины являются:

- формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях,
- освоение различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов деятельности с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста).

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

**ОПК-5** - Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.;

**УК-3** - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

**УК-4** - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

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

### **Знать:**

- концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде;
- особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/ взаимодействует, - учитывает их в своей деятельности;
- основные технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;
- основные приемы и нормы социального взаимодействия;
- особенности ведения переговоров в профессиональной деятельности.

**Уметь:**

- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач;
- применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей - роли и взаимодействия внутри команды;
- взаимодействовать с коллективом для обеспечения успешной работы; реализовать себя внутри команды;
- проводить деловые переговоры, заключает договоры и контролировать их выполнение.

**Владеть:**

- навыками использования основных теорий мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач, а также для организации групповой работы на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
- основами социального взаимодействия и командной работы;
- навыками предвидения результатов (последствий) как личных, так и коллективных действий;
- навыками распределения обязанностей и делегирования полномочий;
- психотехникой коммуникативного поведения в условиях конфликта.

**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	Сем. №3
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	<p>Интегрированные бизнес-коммуникации</p> <p>1.1. Основы теории бизнес коммуникаций. Основные понятия, принципы и подходы в деловых коммуникациях</p> <p>1.2. Комплекс бизнес-коммуникаций. Концепции и тенденции бизнес - коммуникаций. Основные характеристики коммуникативного комплекса в зависимости от конкурентной позиции.</p> <p>1.3. Внешние условия реализации бизнес-коммуникаций. Основные факторы и принципы формирования эффективных бизнес-коммуникаций.</p> <p>1.4. Стратегическое планирование бизнес-коммуникаций. Стратегические коммуникации: базовые принципы проектирования. Характеристика понятия стратегические коммуникации. Модель стратегических коммуникаций Видаля—Вольфа. Модель стратегических коммуникаций DAEMON.</p>
2	<p>Инструменты бизнес-коммуникаций</p> <p>2.1. Реклама и её виды. Рекламные носители. Реклама в интернете. Психология рекламы.</p> <p>2.2. Стимулирование сбыта и продаж. Основные виды стимулирования.</p> <p>2.3. Связи с общественностью (ПР). Сущностные основы, каналы формирования, эффективность . Управление имиджем.</p> <p>2.2. Корпоративная социальная ответственность - элемент корпоративных коммуникаций. Другие инструменты бизнес коммуникаций. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.</p>

##### 4.2. Занятия семинарского типа.

###### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Интегрированные бизнес-коммуникации</p> <p>1.1. Комплекс бизнес-коммуникаций. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	<p>знаний с элементами дискуссии. Элементы маркетинговых коммуникаций. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.</p> <p>1.2. Внешние условия реализации бизнес-коммуникаций. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.</p> <p>Особенности принятия решений потребителями на новом рынке.</p> <p>Процесс принятия простых и сложных решений потребителями, влияние маркетинговых коммуникаций на эти процессы.</p> <p>1.3. Стратегическое планирование бизнес-коммуникаций. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций. Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями. Методика формирования корпоративной стратегии компании. Связь стратегии бизнеса с коммуникационной политикой.</p>
2	<p><b>Инструменты бизнес-коммуникаций</b></p> <p>2.1. Стимулирование сбыта и продаж. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Стимулирование сбыта методами проталкивания и протаскивания. Предоставление нового товара. Создание торговой марки. Разработка стратегии стимулирования сбыта, цели стимулирования сбыта, набор мер по стимулирования сбыта.</p> <p>2.2. Связи с общественностью (ПР) Основные направления деятельности. Построение отношений со СМИ. Взаимоотношения с властными структурами. Взаимоотношения с инвесторами. Управление корпоративным имиджем. Взаимодействие с персоналом. Управление кризисными ситуациями (антикризисное управление). Организация и проведение специальных мероприятий. Спонсорство. Общественные дела и отношения с местным населением.</p> <p>2.3. Управление имиджем. Проводится как практическое занятие с применением метода проектов. Возникновение имиджа. Имиджевые характеристики. Персональный имидж. Типология имиджа. Корпоративный имидж.</p> <p>2.4. Корпоративная социальная ответственность - элемент корпоративных коммуникаций. Проводится как практическое занятие с применением метода проектов. КСО — нематериальный актив компании. КСО в контексте корпоративных коммуникаций: системный подход.</p> <p>2.5. Другие инструменты бизнес коммуникаций. Проводится как практическое занятие с применением метода проектов.</p> <p>Прямой маркетинг. Личные продажи. Ведение деловых переговоров и работа торгового агента. Управление торговым персоналом.</p> <p>Инструменты коммуникаций с использованием высоких технологий. Мобильный маркетинг</p>

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	<p>Подготовка к промежуточной аттестации</p> <p>Подготовка к текущему контролю</p> <p>Подготовка к практическим занятиям</p> <p>Работа с лекционным материалом</p> <p>Работа с литературой</p> <p>Подготовка к контрольной работе (текущий контроль знаний)</p> <p>Подготовка докладов с презентацией по темам выданным преподавателем</p> <p>Подготовка к итоговой аттестации</p>
2	Подготовка к промежуточной аттестации.
3	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Деловые коммуникации В.П. Ратников Учебник Москва: Издательство Юрайт , 2020	<a href="https://urait.ru/bcode/466777">https://urait.ru/bcode/466777</a>
2	Деловые коммуникации Жернакова М.Б. Учебник Москва : Издательство Юрайт , 2021	<a href="https://urait.ru/bcode/468746">https://urait.ru/bcode/468746</a>
3	Деловые коммуникации Коноваленко, М.Ю. Учебник Москва: Издательство Юрайт , 2021	<a href="https://urait.ru/bcode/468718">https://urait.ru/bcode/468718</a>
4	Интегрированные маркетинговые коммуникации: Голубкова Е.Н. Учебник Москва: Издательство Юрайт , 2021	<a href="https://urait.ru/bcode/469011">https://urait.ru/bcode/469011</a>

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

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miiit.ru>  
Федеральная служба государственной статистики: <https://www.gks.ru>  
<https://urait.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))  
<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

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

Операционная система Windows 7/8/10; Офисный пакет приложений Microsoft Office Университетская система компьютерного тестирования АСТ

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

Для проведения всех аудиторных занятий лекций и практик необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен в 3 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

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

О.Г. Евдокимов

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

Н.П. Терешина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян