

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
38.03.01 Экономика,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Бизнес-коммуникации транспортной компании

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль): Экономика транспортного и логистического
бизнеса

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: 564169
Подписал: заведующий кафедрой Каргина Лариса Андреевна
Дата: 11.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения учебной дисциплины является: формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в транспортных компаниях, освоением различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов деятельности.

Основными задачами курса дисциплины являются:

- формирование знаний и умений, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными коммуникациями в транспортных компаниях,
- освоение различных коммуникационных технологий, применением коммуникационных форм и методов деятельности с учетом специфика транспортного бизнеса.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-3 - Способен оценивать экономическую эффективность инновационных проектов и технологий в транспортном комплексе, разрабатывать мероприятия по устойчивому развитию организации;

УК-1 - Способен осмысленно подходить к решению задач, выявлять проблемы, ставить цели, выработать стратегию действий.

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

Знать:

- концепции, принципы и методы построения эффективной работы в команде;
- особенности постановки цели, выработки стратегии;
- основные технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии;
- методы оценки экономической эффективности инновационных проектов, внедрения новых технологий в транспортном комплексе.

Уметь:

- использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения стратегических и оперативных управленческих задач;

- подходить к решению задач, выявлять проблемы, ставить цели, вырабатывать стратегию действий;
- проводить деловые переговоры, заключает договоры и контролировать их выполнение;
- разрабатывать мероприятия по устойчивому развитию организации.

Владеть:

- навыками выявления проблемы, постановки цели, выработки стратегии действий;
- методами оценки экономической эффективности инновационных проектов и технологий в транспортном комплексе;
- инструментальными средствами для разработки мероприятий по устойчивому развитию организации.

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	Интегрированные бизнес-коммуникации Рассматриваемые вопросы: Основы теории бизнес коммуникаций. Основные понятия, принципы и подходы в деловых коммуникациях
2	Комплекс бизнес-коммуникаций транспортного бизнеса. Рассматриваемые вопросы: - Комплекс бизнес-коммуникаций для транспортной компании. Концепции и тенденции бизнес - коммуникаций. Основные характеристики коммуникативного комплекса в зависимости от конкурентной позиции.
3	Факторы и принципы формирования эффективных бизнес-коммуникаций Рассматриваемые вопросы: - Внешние условия реализации бизнес-коммуникаций. Основные факторы и принципы формирования эффективных бизнес-коммуникаций
4	Стратегические коммуникации Рассматриваемые вопросы: - Стратегическое планирование бизнес-коммуникаций. Стратегические коммуникации: базовые принципы проектирования. Характеристика понятия стратегические коммуникации. Модель стратегических коммуникаций Видаля—Вольфа. Модель стратегических коммуникаций DAEMON
5	Инструменты бизнес-коммуникаций. Реклама Рассматриваемые вопросы: - Реклама и её виды. Рекламные носители. Реклама в интернете. Психология рекламы
6	Инструменты бизнес-коммуникаций. Стимулирование сбыта и продаж Рассматриваемые вопросы: - Стимулирование сбыта и продаж. Основные виды стимулирования
7	Инструменты бизнес-коммуникаций. Связи с общественностью (PR) Рассматриваемые вопросы: - Связи с общественностью (PR). Сущностные основы, каналы формирования, эффективность. Управление имиджем
8	Инструменты бизнес-коммуникаций. Другие инструменты бизнес коммуникаций Рассматриваемые вопросы: - Корпоративная социальная ответственность - элемент корпоративных коммуникаций. Другие инструменты бизнес коммуникаций. Оценка эффективности коммуникационных стратегий предприятия.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Интегрированные бизнес-коммуникации в транспортном бизнесе</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент получает навык разработки комплекса бизнес-коммуникаций. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. Также, закрепляются знания связанные Элементы маркетинговых коммуникаций. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.</p>
2	<p>Интегрированные бизнес-коммуникации</p> <p>Внешние условия реализации бизнес-коммуникаций. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент получает на практике углублённые знания и навыки связанные с определением особенностей принятия решений потребителями на новом рынке для целей выработки практических рекомендаций. Дополнительно рассматривается процесс принятия простых и сложных решений потребителями. И в процессе занятия отрабатывается владение студентами практических навыков в плане влияния маркетинговых коммуникаций на эти процессы.</p>
3	<p>Интегрированные бизнес-коммуникации</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент получает навыки по стратегическому планированию бизнес-коммуникаций. Проводится в форме практического занятия с использованием группового анализа ситуаций. В процессе занятия студентами осваивается стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями. В процессе занятия студенты овладевают методикой формирования корпоративной стратегии компании. В процессе занятия студенты на практике осваивают и отрабатывают элементы связи стратегии бизнеса с коммуникационной политикой</p>
4	<p>Инструменты бизнес-коммуникаций</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент получает практические навыки по стимулированию сбыта и продаж. Проводится в форме семинара по обобщению и углублению знаний с элементами дискуссии. В процессе проведения практического задания студенты овладевают методами стимулирования сбыта, а также методами проталкивания и протаскивания. А также, в процессе проведения занятий студент осваивает навыки? связанные с предоставлением нового товара, осваивают методы создание торговой марки. В процессе занятия студенты овладевают на разработкой стратегии стимулирования сбыта, постановки целей стимулирования сбыта, набором мер по стимулирования сбыта.</p>
5	<p>Связи с общественностью</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент получает навыки о учится владеть основными направлениями деятельности PR. Студент читя выстраивать отношения со СМИ и взаимоотношения с властными структурами, взаимоотношения с инвесторами. В результате работы на практическом занятии студент овладевает первичными навыками управления корпоративным имиджем, внутренними коммуникациями. В результате работы на практическом занятии студент получает навыки управления кризисными ситуациями (антикризисное управление) с точки зрения PR. В результате работы на практическом занятии студент получает навыки организации и проведения специальных мероприятий. Дополнительно студенты знакомятся с работой структур компании с общественными организациями и получают навыки выстраивания коммуникаций с местным населением</p>
6	<p>Управление имиджем. Проводится как практическое занятие с применением метода проектов</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент получает навык разработки имиджа компании. Рассматриваются практические вопросы возникновение имиджа. Имиджевые характеристики. Персональный имидж. Типология имиджа. Корпоративный имидж</p>
7	<p>Корпоративная социальная ответственность - элемент корпоративных коммуникаций</p> <p>Проводится как практическое занятие с применением метода проектов. В результате работы на</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	практическом занятии студент получает навык по выработки элементов КСО как нематериального актив компании. КСО рассматривается в контексте корпоративных коммуникаций: системный подход.
8	Другие инструменты бизнес коммуникаций Проводится как практическое занятие с применением метода проектов. В результате работы на практическом занятии студент получает навык в области прямого маркетинга, личных продаж, ведения деловых переговоров и работа торгового агента. Со студентами рассматриваются вопросы управления торговым персоналом с практической отработкой некоторых элементов. Дополнительно студенты осваивают на практике инструменты коммуникаций с использованием высоких технологий.
9	Техническая переписка в логистике Проводится как практическое занятие с применением метода проектов. В результате работы на практическом занятии студент получает навыки разработки «умных шаблонов» с защитой для ведения переписки с клиентами.
10	Внутренние коммуникации Проводится как практическое занятие с применением метода проектов. В результате работы на практическом занятии студент получает навык организации общения в ходе реализации перевозочного процесса
11	Коммуникации в логистическом тендере Проводится как практическое занятие с применением метода проектов. В результате работы на практическом занятии студент получает навыки работы на электронных торговых площадках.
12	Смарт-контракты и блокчейн в расчетах при транспортировке грузов Проводится как практическое занятие с применением метода проектов. В результате работы на практическом занятии студент получает навыки работы со смарт-контрактами, использования технологии блокчен при взаимодействиях перевозчика с грузополучателями и грузоотправителями

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.
6	Подготовка к промежуточной аттестации.
7	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
-------	----------------------------	---------------

1	Деловые коммуникации : учебник для бакалавров / В. П. Ратников [и др.] ; под редакцией В. П. Ратникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 527 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3685-8.	https://urait.ru/book/delovye-kommunikacii-487259 (дата обращения: 25.05.2026) . – Текст: электронный.
2	Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00331-4.	https://urait.ru/bcode/468746 (дата обращения: 25.05.2026) . – Текст: электронный
3	Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6	https://urait.ru/bcode/468718 (дата обращения: 25.05.2026) . – Текст: электронный
4	Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0.	https://urait.ru/bcode/469011 (дата обращения: 25.05.2026) . – 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», «Гарант».

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

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

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
«Информационные системы
цифровой экономики»

Е.А. Сеславина

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Заведующий кафедрой ИСЦЭ

Л.А. Каргина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян