

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
специализированного высшего образования
по направлению подготовки
38.04.04 Государственное и муниципальное
управление,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Коммуникационная деятельность органов власти в сфере транспортного
обслуживания населения**

Направление подготовки: 38.04.04 Государственное и муниципальное
управление

Направленность (профиль): Государственное управление на транспорте

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: 11244
Подписал: заведующий кафедрой Епишкин Илья
Анатольевич
Дата: 08.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения дисциплины «Коммуникационная деятельность органов власти в сфере транспортного обслуживания населения» является приобретение знаний по теории социальной коммуникации, освоение методов и принципов коммуникации органов власти с населением в сфере транспортного обслуживания.

Задачами освоения дисциплины «Коммуникационная деятельность органов власти в сфере транспортного обслуживания населения» являются:

- получение знаний об основных понятиях и категориях, связанных с теориями социальной коммуникации и связей с общественностью;
- получение знаний относительно принципов и методов взаимодействия органов власти с населением, включая использование цифровых сервисов и платформ;
- получение практических навыков работы в сфере связей органов власти с общественностью и организациями по проблемам транспортного обслуживания населения, включая механизмы обратной связи и участия граждан в принятии решений;
- освоение круга проблем в коммуникации с населением по вопросам транспортного обслуживания, в том числе, с учётом цифровизации и информатизации;
- получение практических навыков исследовательской деятельности в сфере транспортного обслуживания населения.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-3 - Способен организовывать систему мониторинга и оценки качества пассажирского транспортного обслуживания на основе количественных показателей и обратной связи от граждан, а также внедрять цифровые сервисы для повышения доступности и комфорта перевозок;

ПК-5 - Способен выстраивать взаимодействие с населением, общественными организациями и заинтересованными сторонами в процессе планирования, реализации и оценки мер по транспортному обслуживанию, обеспечивая прозрачность, обратную связь и участие граждан в принятии решений.

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

Знать:

- основные направления теорий социальной коммуникации, модели коммуникации и их специфику;
- этапы работы органов власти в сфере связей с общественностью по вопросам транспортного обслуживания населения;
- основные методы, используемые в ходе проведения цикла работы по связям с общественностью (исследование – планирование – внедрение);

Уметь:

- разрабатывать стратегические планы и конкретные меры в сфере коммуникаций органов власти с населением по вопросам транспортного обслуживания;
- применять методы анализа и оценки ситуации в указанной сфере;
- выявлять и учитывать общественное мнение, мнение различных групп населения, потребности граждан и организаций в сфере транспортного обслуживания;

Владеть:

- навыками использования цифровых платформ и инструментов для работы в сфере социальных коммуникаций органов власти с населением;
- методами сбора и анализа эмпирических данных в сфере коммуникаций органов власти с населением по вопросам транспортного обслуживания;
- приемами и принципами социальной коммуникации органов власти с населением.

3. Объем дисциплины (модуля).**3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 з.е. (180 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 №3
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	32	32
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16

Занятия семинарского типа	16	16
---------------------------	----	----

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 148 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	Основные подходы к пониманию процесса социальной коммуникации. Рассматриваемые вопросы: - Системный подход. Рассматривает коммуникацию как сложную систему, состоящую из взаимосвязанных элементов: отправитель, сообщение, канал, получатель, обратная связь и коммуникативные барьеры. В контексте транспорта: создание комплексной системы информирования пассажиров (табло, приложения, СМИ, горячие линии). - Семиотический (знаково-символический) подход. Коммуникация понимается как процесс обмена знаками и смыслами. Изучается то, как кодируются и декодируются сообщения. В контексте: разработка понятной транспортной навигации, визуальных кодов (логотипы метро, МЦД, цветовая маркировка маршрутов). - Деятельностный подход. Коммуникация рассматривается не просто как обмен информацией, а как инструмент организации совместной деятельности и достижения практических целей. В контексте: координация действий органов власти, перевозчиков и экстренных служб при ДТП или сбоях в движении. - Интерактивный (реляционный) подход. Акцент на том, что коммуникация — это процесс взаимодействия и установления отношений между субъектами, где важен не только факт передачи сообщения, но и характер возникшей связи. В контексте: выстраивание доверительных отношений между транспортным блоком администрации и пассажирами. - Социокультурный подход. Понимание коммуникации в широком контексте культуры и социальных норм. Учитывается, что разные социальные группы воспринимают информацию по-разному. В контексте: учет потребностей маломобильных групп населения, мигрантов, туристов при информировании о транспортных услугах. - Базовые модели коммуникации: Линейная модель (Г. Лассуэлл, К. Шеннон и У. Уивер). Односторонняя передача информации («Кто? Что говорит? По какому каналу? Кому? С каким эффектом?»). Применение: официальные пресс-релизы Минтранса, экстренные оповещения об

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	изменении маршрутов. Интерактивная модель (Ч. Осгуд и У. Шрамм). Подчеркивает важность обратной связи и интерпретации. Применение: работа с жалобами пассажиров, общественные обсуждения транспортных реформ.
2	Основные теории социальных коммуникаций. Рассматриваемые вопросы: - Что нам дает изучение теорий социальных коммуникаций? (Объяснение механизмов, эффектов и закономерностей коммуникативных процессов). - Теория коммуникативного действия (Ю. Хабермас). Одна из ключевых теорий для ГМУ. Фокусируется на достижении взаимопонимания и консенсуса через рациональную дискуссию в «публичной сфере». Применение: организация публичных слушаний по строительству новых дорог, внедрению платных парковок, изменению маршрутной сети. - Теория повестки дня (Agenda-Setting, М. Маккомбс и Д. Шоу). Органы власти и СМИ не говорят людям что думать, но успешно указывают о чем думать. Применение: продвижение органами власти приоритетов развития общественного транспорта, экологических инициатив, перехода на бесконтактную оплату. - Теория фрейминга (Э. Гофман, Р. Энтин). Эффект восприятия информации зависит от того, в какую «рамку» (фрейм) она помещена. Применение: как правильно подать непопулярное решение (например, отмену дублирующих маршрутов или повышение тарифов), чтобы снизить социальное напряжение. - Теория диффузии инноваций (Э. Роджерс). Описывает, как новые идеи и технологии распространяются в социальной системе. Применение: коммуникационное сопровождение внедрения новых транспортных сервисов (каршеринг, МЦД, магистральные автобусы, беспилотное такси). - Теория стейкхолдеров (Р. Фримен). Утверждает, что успех организации зависит от учета интересов всех заинтересованных сторон. Применение: выстраивание коммуникации с различными группами: пассажиры, частные перевозчики, бизнес (логистика), экологические активисты, жители придорожных территорий. - Теория использования и удовлетворения (Uses and Gratifications, Э. Кац). Фокус на том, зачем люди потребляют информацию и как они используют медиа для удовлетворения своих потребностей. Применение: понимание того, какую именно информацию и в каком формате (пуш-уведомления, Telegram-каналы, табло) ищут пассажиры в стрессовых ситуациях (пробки, аварии).
3	Методы исследования ситуации с транспортным обслуживанием и общественным мнением. Рассматриваемые вопросы: - Классические социологические и статистические методы. Обзор методов сбора первичной информации: анкетирование, фокус-группы, глубинные интервью с пассажирами и анализ официальной статистики пассажиропотока. Обсуждение того, как корректно формулировать вопросы для выявления реальной удовлетворенности качеством транспортных услуг. - Анализ цифрового следа и медиапотребления. Методы мониторинга упоминаний транспортного комплекса в социальных сетях, новостных агрегаторах и на городских форумах (Social Listening). Использование тепловых карт и анализа геоданных для понимания реальных маршрутов и «болевых точек» перемещений граждан. - CX-исследования (Customer Experience) в транспорте. Применение инструмента Customer Journey Map (CJM) для картирования пути пассажира от планирования поездки до ее завершения. Метод «тайный покупатель» для аудита качества информирования на остановочных пунктах и в подвижном составе.
4	Цифровые методы и платформы коммуникации органов власти на транспорте. Рассматриваемые вопросы: - Экосистема мобильных приложений и порталов. Роль региональных транспортных порталов и супер-аппов (приложений «всё в одном») как главного канала цифровой коммуникации. Требования

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	к UX/UI-дизайну государственных транспортных сервисов для обеспечения их доступности и понятности; - Управление в социальных сетях и мессенджерах. Специфика SMM и PR органов транспортного блока власти: ведение официальных Telegram-каналов, групп «ВКонтакте», работа с чат-ботами для обратной связи. Отличия в тональности (Tone of Voice) и форматах контента для разных цифровых площадок; - Big Data и проактивные коммуникации. Регулярный мониторинг и анализ данных. Использование данных с валидаторов, GPS-трекеров и камер для предиктивной аналитики. Как органы власти могут использовать большие данные для упреждающего информирования граждан о загруженности маршрутов, изменении расписания или закрытии веток до того, как возникнет массовое недовольство.
5	Стратегическое планирование и проектирование транспортных коммуникаций. Рассматриваемые вопросы: - Архитектура коммуникационной стратегии транспортного ведомства. Этапы разработки стратегии: от анализа целевых аудиторий (сегментации пассажиров) до формирования ключевых сообщений и выбора каналов дистрибуции. Синхронизация коммуникационных целей с государственными программами развития транспортной инфраструктуры; - Коммуникационное сопровождение транспортных инноваций. Особенности продвижения непопулярных или сложных решений: введение платных парковок, магистризация маршрутной сети, закрытие дублирующих маршрутов, запуск новых видов транспорта (МЦД, БРТ). Методы мягкой силы и поведенческого подталкивания (nudge theory) для изменения привычек пассажиров; - Межведомственное взаимодействие и «единый голос». Проблема рассогласованности сообщений между разными структурами (министерства, муниципалитеты, ГУПы, частные перевозчики). Механизмы создания единой бренд-платформы и координационных центров для обеспечения консистентности информации.
6	Кризисные коммуникации в транспортной сфере. Рассматриваемые вопросы: - Типология и специфика транспортных кризисов. Классификация кризисных ситуаций: техногенные (ДТП с участием общественного транспорта, сбой в работе метро), социальные (забастовки водителей, резкий рост тарифов) и инфраструктурные (перекрытие улиц из-за погоды). Оценка потенциального репутационного ущерба для органов власти; - Алгоритмы антикризисного реагирования. Правило «золотого часа» и работа в условиях дефицита информации. Разработка шаблонов экстренных уведомлений (holding statements), координация пресс-служб с экстренными оперативными службами (МЧС, ГИБДД, диспетчерские); - Посткризисный анализ и восстановление доверия. Коммуникационная работа с пострадавшими и их родственниками. Проведение пресс-конференций по итогам ЧС, публичный разбор ошибок и информирование о принятых мерах по недопущению подобных инцидентов в будущем..
7	Механизмы вовлечения граждан и взаимодействия со стейкхолдерами. Рассматриваемые вопросы: - Публичные слушания и партисипаторное проектирование. Организация обсуждений крупных инфраструктурных проектов (строительство развязок, велодорожек, изменение организации дорожного движения). Использование краудсорсинговых платформ и электронного голосования для соучаствующего проектирования транспортной среды; - GR-коммуникации и работа с бизнес-сообществом. Выстраивание диалога с частными перевозчиками, логистическими компаниями, агрегаторами такси и каршеринга. Механизмы согласования интересов бизнеса и государства при распределении маршрутов, выдаче разрешений и контроле качества; - Работа с общественными объединениями и лидерами мнений. Взаимодействие с транспортными активистами, объединениями автомобилистов и ассоциациями пешеходов. Превращение критически настроенных активистов в экспертов-консультантов при разработке нормативных актов

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
8	Оценка эффективности коммуникационной деятельности и этические стандарты. Рассматриваемые вопросы: - Система KPI и метрики оценки коммуникаций. Измеримость и соответствие стратегическим направлениям развития. Баланс между «жесткими» и «мягкими» показателями. Оценка влияния коммуникаций на снижение нагрузки на колл-центры, изменение индекса лояльности пассажиров (NPS). Корректировка системы KPI; - Правовое регулирование и этика транспортных коммуникаций. Соблюдение законодательства о персональных данных, о рекламе и о порядке рассмотрения обращений граждан. Этические границы: недопустимость манипуляции общественным мнением, сокрытия информации о ЧП и перекладывания ответственности на пассажиров; - Инклюзивность и доступность транспортной информации. Требования к обеспечению безбарьерной коммуникации для маломобильных групп населения (сурдоперевод, тактильные таблички, голосовые ассистенты, контрастная навигация). Адаптация информации для иностранных туристов и трудовых мигрантов как фактор социальной стабильности.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Архитектура смыслов: анализ транспортных коммуникаций через призму основных подходов 1. Актуализация темы. Упражнение «Коммуникативный слепок». Преподаватель просит участников за 3 минуты выписать на стикеры 3 главные проблемы в информировании пассажиров/жителей, с которыми они сталкиваются в своей ежедневной практике (например: «люди не читают сайт», «в соцсетях только хейт», «водители маршруток игнорируют рассылки»). Мини-лекция (5 мин): Преподаватель кратко связывает озвученные проблемы с тем, какой подход игнорируется (например, если нет обратной связи — игнорируется интерактивный подход; если непонятная навигация — семиотический). 2. Разбор системного подхода и моделей Лассуэлла/Осгуда-Шрамма на примере анализа официального сайта транспортного департамента города. 3. Дискуссия: Тема: Кризисные и инновационные коммуникации: разбор теории диффузии инноваций (как убедить консервативных пассажиров пользоваться новыми видами транспорта) и теории стейкхолдеров (разрешение конфликта между администрацией, перевозчиками и жителями при изменении маршрутной сети). В результате практического занятия студенты учатся диагностировать текущую коммуникационную политику своих ведомств/предприятий и перестраивать её, переходя от простой «раздачи информации» к системному взаимодействию.
2	Подходы и методы работы органов власти в сфере коммуникации с населением по вопросам транспортного обслуживания Работа в группах. Каждая группа получает задание в рамках следующих методов: 1. Кейс: «Сбой в движении». В час пик из-за аварии на путях встала ключевая трамвайная линия / ветка метро. Официальный Telegram-канал департамента транспорта выпустил сухую справку: «В связи с техническими причинами движение ограничено. Приносим извинения». В комментариях — тысячи гневных сообщений, ситуация выходит в городские СМИ. Задание: Перестроить коммуникацию по интерактивному подходу. Расписать алгоритм действий пресс-службы/диспетчерской: как организовать двусторонний поток, какие каналы обратной связи

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	задействовать, как превратить пассивных получателей в соучастников решения проблемы (например, через краудсорсинг альтернативных путей). 2. Практикум по теории фрейминга и теории коммуникативного действия (Хабермас). Студенты готовят сценарий общественных слушаний по внедрению выделенных полос для общественного транспорта. В результате практического занятия студенты приобретают понимание значения теоретического фундамента для выстраивания коммуникаций власти с населением.
3	Диагностика транспортной ситуации и потребностей пассажиров: от опросов до CJM Работа в группах. Студенты делятся на аналитические команды. Каждая команда в качестве домашнего задания находит массивы «сырых» данных (расшифровки фокус-групп, загрузки комментариев из соцсетей, статистика жалоб) для выявления реальных проблем в работе общественного транспорта. На занятии команды анализируют данные и выступают с устным сообщением по результатам анализа. В результате практического занятия студенты научатся использовать методы исследования для формирования исследовательского этапа планирования коммуникаций.
4	Проектирование цифровых сервисов и каналов обратной связи на транспорте Работа в группах. Фокус на аудите и проектировании цифровых интерфейсов (приложений, порталов, чат-ботов), через которые органы власти взаимодействуют с пассажирами. Кейс: «UX-аудит и проактивные уведомления». Группа анализирует функционал регионального транспортного приложения или сайта. Задание: спроектировать сценарий проактивного push-уведомления для пассажира, который регулярно ездит определенным маршрутом, в случае его отмены или задержки. Расписать логику: какой канал выбрать, какой текст написать, чтобы снизить стресс, и какое альтернативное действие предложить. Практикум по разработке алгоритмов чат-бота. Задание: написать дерево диалогов (скрипт) для чат-бота транспортной дирекции в день сильного снегопада. Бот должен не просто выдавать шаблоны, но и эмпатично реагировать на гневные сообщения, грамотно транслировать проблему оператору и собирать статистику для диспетчерской. В результате практического занятия студенты приобретают понимание того, как цифровые инструменты и UX-дизайн снижают нагрузку на колл-центры и повышают качество сервиса в стрессовых ситуациях.
5	Стратегическое планирование и проектирование транспортных коммуникаций Фокус на разработке коммуникационной стратегии и продвижении инноваций. Работа в группах. В качестве домашнего задания студенты находят кейсы транспортных инноваций для последующей работы по выстраиванию коммуникаций с населением. Примеры: Кейс 1: Внедрение платной парковки в историческом центре города и сужение полос для личных авто. Задание: Разработать стратегию «мягкого подталкивания» (nudge), направленную на изменение привычек автомобилистов. Сформировать ключевые сообщения, выбрать каналы коммуникации и придумать программы лояльности для тех, кто добровольно пересаживается на общественный транспорт или велосипеды. Кейс: В городе одновременно работают муниципальные автобусы, частные маршрутки и коммерческие каршеринги, которые дают пассажирам противоречивую информацию в своих приложениях и на остановках. Задание: Спроектировать единый коммуникационный стандарт и бренд-платформу для всех участников транспортного рынка. Разработать регламент координационного центра по выпуску совместных пресс-релизов и единой навигационной системы.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	В результате практического занятия студенты приобретают навыки разработки комплексных коммуникационных кампаний и механизмов синхронизации информации между различными участниками транспортного рынка.
6	Алгоритмы антикризисного реагирования в чрезвычайных ситуациях на транспорте Работа в группах. Формат стресс-симуляции. Группы получают информацию о внезапном транспортном коллапсе и ограничены во времени на принятие решений. 1. Кейс: «Золотой час». Легенда: на мосту произошло серьезное ДТП с участием пассажирского автобуса, движение перекрыто, в метро давка из-за перенаправления потоков. Задание: за 15 минут подготовить три продукта: экстренный пост в социальной сети (holding statement), текст SMS-рассылки для пассажиров и тезисы для экстренного брифинга спикера. 2. Практикум по посткризисному восстановлению. Прошло 3 дня. В сети завирусилось видео, где видно, что спасатели и диспетчерские службы действовали несогласованно. Задание: разработать план пресс-конференции: признать ошибки, не перекладывая вину на «низовые структуры», и презентовать конкретные системные изменения, которые уже приняты, чтобы это не повторилось. В результате практического занятия студенты приобретают навыки работы в условиях дефицита времени и информации, учатся брать на себя ответственность и минимизировать репутационные издержки для органов власти.
7	Механизмы вовлечения граждан и взаимодействия со стейкхолдерами Работа в группах. Моделирование ситуаций GR (Government Relations) и партисипаторного (соучаствующего) проектирования. 1. Кейс: «Карта стейкхолдеров и GR». Планируется строительство эстакады, которая разгрузит трафик, но потребует сноса части стихийной парковки у местного ТЦ и затронет парк. Задание: составить карту стейкхолдеров, оценить их влияние и уровень сопротивления. Разработать индивидуальную стратегию коммуникации для бизнеса, экологов и жителей соседних домов. 2. Практикум по соучаствующему проектированию. Задание: спроектировать формат городской мастерской (воркшопа), где транспортные инженеры и местные активисты будут вместе проектировать благоустройство территории вокруг новой станции метро. В результате практического занятия студенты приобретают навыки выстраивания двустороннего диалога с гражданами и управления интересами различных групп влияния в транспортной сфере.
8	Оценка эффективности коммуникационной деятельности и этические стандарты Работа в группах. Цель - анализ существующих практик на предмет их эффективности, измеримости, законности и доступности для всех граждан. 1. Кейс: «От метрик тщеславия к реальным KPI». Департамент транспорта отчитывается о тысячах лайков и охватах, но индекс удовлетворенности (NPS) падает. Задание: разработать систему из 5 реалистичных KPI для пресс-службы, которые связывают коммуникацию с операционными целями (например, снижение числа звонков на горячую линию, рост доли бесконтактной оплаты, скорость информирования о сбоях). 2. Практикум по инклюзивности и этике. Группе выдается макет новой навигационной схемы в метро и проект пресс-релиза о повышении тарифов. Задание: провести аудит на доступность (учтены ли потребности слабовидящих, глухих, мигрантов, пожилых людей) и найти этические «красные флаги» в тексте пресс-релиза (например, манипуляция цифрами). В результате практического занятия студенты приобретают способность выстраивать прозрачную систему оценки эффективности PR-деятельности и обеспечивать безбарьерную, этичную коммуникацию для всех слоев населения.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
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	Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/586752 (дата обращения: 07.06.2026). Текст: электронный
2	Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / под редакцией М. М. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20393-6.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/582931 (дата обращения: 07.06.2026). Текст : электронный
3	Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21393-5.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/585841 (дата обращения: 07.06.2026). Текст : электронный
4	Ковалева, Н. Н. Информационное обеспечение органов власти : учебник для вузов / Н. Н. Ковалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 245 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13291-5.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/587992 (дата обращения: 07.06.2026). Текст : электронный
5	Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 611 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18980-3.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559971 (дата обращения: 07.06.2026). Текст: электронный.
6	Государственная политика и управление. Уровни и технологии : учебник для вузов / под редакцией Л. В. Сморгунова. — 2-е изд., стер.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/586326 (дата

	— Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 484 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06763-7.	обращения: 07.06.2026).Текст: электронный.
7	Стратегическое управление в государственной и муниципальной сфере : учебник и практикум для вузов / под редакцией С. Е. Прокофьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21404-8.	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/588450 (дата обращения: 07.06.2026).Текст: электронный.
8	Соколов, Ю.И. Поведение потребителей на транспортном рынке : учебное пособие / И. М. Лавров, Е. А. Иванова, О. Г. Чуверина, Ю. И. Соколов. — Москва : УМЦ ЖДТ, 2025. — 256 с. — 978-5-907836-29-7.	УМЦ ЖДТ : электронная библиотека. — URL: https://umczdt.ru/books/1196/296787/ (дата обращения 07.06.2026). — Режим доступа: по подписке. — Текст : электронный

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

Сайт Научно-технической библиотеки РУТ (МИИТ) <http://library.miit.ru>

Образовательная платформа ЮРАЙТ <https://urait.ru/>

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

1. Интернет-браузер (Yandex и др.).

2. Платформа MS Teams.

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

Для проведения аудиторных занятий по дисциплине используется аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием: проектор, экран, персональный компьютер/ноутбук

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 3 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

Н.Ю. Матвеева

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭТиУЧР

И.А. Епишкин

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян