

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)

**Стратегические коммуникации транспортной организации: PR, GR и
IR-аспекты**

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 учебной дисциплины является формирование у обучающегося способности выполнять анализ мотивов, моделей экономического поведения потребителей (хозяйствующих субъектов и физических лиц), интерпретировать действия экономических субъектов для принятия оптимальных и экономически обоснованных управленческих и производственных решений.

Задачей дисциплины является формирование у обучающихся понимания психологических особенностей поведения человека в бизнесе.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ОПК-2 - Способен понимать устройство и историю развития транспортной системы;

ПК-2 - Способен разрабатывать и планировать комплекс мероприятий по реализации рекламной, PR- и GR-стратегий и внутренних коммуникаций компаний транспортно-логистического комплекса, с применением цифрового инструментария и управления репутационными рисками;

ПК-3 - Способен анализировать стратегию проведения PR-кампаний и оценивать эффективность результатов продвижения на основе медиааналитики и больших данных.

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

Знать:

- устройство и ключевые этапы развития транспортной системы РФ, состав стейкхолдеров (регуляторы, перевозчики, инфраструктурные операторы, инвесторы, пассажиры) и механизмы их взаимодействия как основу PR/GR/IR-повестки;

- принципы интеграции и синергии стратегических коммуникаций на транспорте: модели, каналы, правовые и этические нормы GR-взаимодействия, IR-раскрытия информации и антикризисного PR;

- методы сбора, обработки и анализа больших данных (медиааналитика, отраслевая статистика, биржевые сводки) для оценки эффективности и конъюнктуры коммуникационных кампаний;

-цифровые инструменты планирования и автоматизации коммуникаций (мониторинг СМИ/соцмедиа, CRM, дашборды, корпоративные порталы), применимые для управления репутационными рисками и координации PR-, GR- и IR-активностей.

Уметь:

- разрабатывать комплексный план PR/GR/IR-мероприятий транспортной организации, выстраивая адресные сообщения для власти, инвесторов и широкой аудитории с учётом историко-отраслевого контекста;
- анализировать репутационные риски, моделировать кризисные сценарии (аварии, тарифные конфликты, санкционное давление) и готовить скоординированные антикризисные месседжи для внешних и внутренних аудиторий с учётом транспортной специфики;
- применять технологии медиааналитики и больших данных для измерения PR-эффектов (тональность, Share of Voice), GR-результатов и реакции инвестиционного сообщества, корректируя стратегию на основе полученных инсайтов;
- выстраивать систему внутренних коммуникаций для распределённых транспортных коллективов, используя цифровые каналы и обеспечивая единое информационное поле при реализации PR/GR/IR-кампаний.

Владеть:

- навыком картирования стейкхолдеров и создания дорожных карт интегрированной PR/GR/IR-кампании транспортного предприятия с привязкой к KPI и отраслевым контрольным точкам;
- инструментарием антикризисного реагирования в цифровой среде (шаблоны пресс-релизов, Q&A, чат-боты, скрипты для колл-центра) для оперативной защиты репутации транспортного бренда;
- методикой расчёта ROMI и комплексной оценки эффективности стратегических коммуникаций на основе сентимент-анализа, динамики котировок и показателей регуляторной результативности;
- техникой построения управленческих BI-дашбордов, агрегирующих PR-, GR- и IR-метрики в реальном времени для поддержки принятия стратегических решений в транспортной 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):	80	80
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
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 64 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>Стратегические коммуникации транспортной организации: понятие, структура и синергия PR, GR, IR</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Стратегические коммуникации как интегрированная функция управления в транспортной компании. - Место PR, GR и IR в системе стратегических коммуникаций: общее и особенное. - Синергия PR, GR и IR при решении отраслевых задач (безопасность, тарифы, инвестиции, регуляторика). - Модели интеграции коммуникационных подразделений на транспорте (на примере крупных перевозчиков и операторов инфраструктуры). - Ключевые стейкхолдеры транспортной организации: пассажиры, грузоотправители, инвесторы, регуляторы, местные сообщества, СМИ.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
2	<p>PR в системе стратегических коммуникаций транспортной компании: имидж, репутация и работа с общественным мнением</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Специфика PR на транспорте: высокая социальная значимость, безопасность, экологичность, доступность услуг. - Формирование позитивного имиджа перевозчика и оператора инфраструктуры. - Управление репутацией в условиях тарифного регулирования и конкуренции между видами транспорта. - Работа с пассажирами и грузоотправителями как ключевыми аудиториями: каналы коммуникации, обратная связь, сервисный PR. - PR-кампании по продвижению новых транспортных услуг и маршрутов.
3	<p>GR в транспортной организации: взаимодействие с органами власти и регуляторами отрасли</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Особенности GR на транспорте: многоуровневое регулирование (федеральный, региональный, муниципальный уровень). - Ключевые объекты GR: министерства транспорта, антимонопольная служба, таможня, Ространснадзор, региональные и городские администрации. - Лоббизм отраслевых интересов: тарифная политика, бюджетное финансирование инфраструктуры, налоговые льготы для перевозчиков. - Участие транспортных компаний в разработке нормативно-правовых актов (техрегламенты, правила перевозок, экологические стандарты). - GR-проекты в сфере государственно-частного партнёрства (ГЧП) на транспорте.
4	<p>IR-коммуникации транспортной компании: привлечение инвестиций и взаимодействие с финансовым сообществом</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Специфика Investor Relations в транспортной отрасли: долгосрочность проектов, высокая капиталоемкость, регулируемая доходность. - Формирование инвестиционного кейса транспортной компании: ключевые показатели (пассажирооборот, грузооборот, EBITDA, долговая нагрузка). - Раскрытие информации для инвесторов и аналитиков: отраслевые риски, тарифные решения, государственная поддержка. - Годовые отчёты, презентации, инвестдни: примеры транспортных компаний. - Взаимодействие с рейтинговыми агентствами и банками при реализации инфраструктурных проектов.
5	<p>Интегрированные коммуникации в проектах транспортной инфраструктуры: ГЧП, концессии, крупные стройки</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Синергия PR, GR и IR на этапах планирования, строительства и эксплуатации транспортных объектов (мосты, дороги, порты, вокзалы, аэропорты). - Коммуникационное сопровождение концессионных соглашений: работа с местными сообществами, инвесторами и властями. - Формирование общественной поддержки инфраструктурных проектов: преодоление NIMBY-синдрома («не на моём дворе»). - GR-сопровождение получения разрешительной документации и земельных участков. - IR-аспекты: прозрачность бюджетов, контроль эффективности, отчётность перед инвесторами и государством.
6	<p>Кризисные коммуникации на транспорте: интеграция PR, GR и IR</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Типичные кризисы в транспортной отрасли: аварии, катастрофы, теракты, массовые задержки,

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>техногенные инциденты.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Антикризисный PR: работа с пострадавшими, семьями, СМИ, опровержение слухов. - GR в кризис: взаимодействие с МЧС, транспортной прокуратурой, следственными органами, министерствами. - IR-аспекты: влияние кризиса на капитализацию, долговые ковенанты, коммуникация с инвесторами и рейтинговыми агентствами. - Посткризисное восстановление репутации и доверия.
7	<p>ESG-коммуникации транспортной компании: экология, социальная ответственность и устойчивое развитие</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ESG-повестка в транспортной отрасли: углеродный след, электротранспорт, шумовое загрязнение, безопасность труда. - PR-продвижение экологических программ (переход на газомоторное топливо, электротяга, отдельный сбор отходов на транспорте). - GR-аспекты: лоббирование зелёных технологий, участие в национальных проектах (БКАД, Чистый воздух). - IR: раскрытие нефинансовой отчётности, привлечение ESG-инвесторов, зелёные облигации для транспортных проектов. - Социальная ответственность: доступность транспорта для маломобильных групп, благотворительные программы.
8	<p>Внутренние коммуникации и HR-брендинг в транспортной организации</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Специфика внутреннего PR на транспорте: массовые профессии (водители, машинисты, диспетчеры), территориальная распределённость, сменный график. - Формирование приверженности корпоративной культуре и политике безопасности. - Коммуникация изменений: внедрение новых технологий, оптимизация маршрутной сети, реорганизация. - GR-аспекты: взаимодействие с отраслевыми профсоюзами, трудовыми инспекциями. - IR-брендинг: как HR-репутация влияет на инвестиционную привлекательность (текучесть кадров, производительность труда).
9	<p>GR-технологии в транспортной отрасли: лоббизм, работа с ассоциациями и регуляторный комплаенс</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Отраслевые предпринимательские ассоциации и союзы на транспорте (СПО, ТПП, АСМАП, РАВИ, «Деловая Россия» транспортные комитеты). - Технологии «внутреннего» GR (G2G) – взаимодействие транспортной компании с госкорпорациями и ведомствами. - Специфика лоббизма при принятии тарифных, налоговых и технических решений. - Комплаенс в GR: антикоррупционные ограничения, регистрация лоббистской деятельности (сравнение: США, ЕС, Россия). - Кейсы успешного GR в железнодорожном, авиа- и автобусном транспорте
10	<p>PR-стратегии транспортной компании: медиапланирование, работа со СМИ и Digital-PR</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Отраслевые и массовые СМИ: пулы журналистов, специализирующихся на транспорте. - Формирование новостной повестки: открытие маршрутов, изменения расписания, внедрение цифровых сервисов. - Управление информационными поводами в условиях высокой конкуренции видов транспорта. - Digital-PR: мобильные приложения, соцсети, мессенджеры, онлайн-табло, чат-боты для пассажиров.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Мониторинг социальных сетей и работа с негативными отзывами (репутационный риск-менеджмент).
11	IR-практики в транспортных компаниях: финансовое моделирование, прогнозирование и работа с аналитиками Рассматриваемые вопросы: - Особенности финансовых показателей транспортных компаний: выручка на пассажиро-километр, себестоимость перевозки, загрузка мощностей. - Прогнозирование результатов в зависимости от макроэкономических факторов (цены на топливо, инфляция, курс валют). - Подготовка карты рисков для инвесторов: тарифные ограничения, техногенные риски, сезонность. - Проведение конференц-звонков и встреч с аналитиками: специфика ответов на отраслевые вопросы. - Сопряжение IR-функции с финансовым блоком и PR для единой коммуникационной стратегии.
12	Стратегическое планирование интегрированных коммуникаций транспортной организации: анализ стейкхолдеров, KPI и бенчмаркинг Рассматриваемые вопросы: - Картирование стейкхолдеров транспортной компании: власть и интерес. - Разработка коммуникационной стратегии на основе целей бизнеса (рост пассажиропотока, выход на IPO, реализация ГЧП). - Ключевые показатели эффективности PR, GR, IR в транспортной отрасли (медиа-индексы, уровень лоббистского влияния, доля институциональных инвесторов). - Бенчмаркинг коммуникаций: сравнение с лидерами отрасли (РЖД, «Аэрофлот», «Деловые линии», зарубежные аналоги). - Годовой цикл коммуникационной активности: отчетность, бюджетный процесс, сезонные кампании.
13	Цифровая трансформация коммуникаций на транспорте: от мобильных приложений до big data Рассматриваемые вопросы: - Влияние цифровизации на PR: персонализированные предложения, push-уведомления, таргетированная реклама транспортных услуг. - GR в условиях цифровой экономики: государственные информационные системы («ЭРА-ГЛОНАСС», «Платон», электронные путёвки). - IR и цифровая прозрачность: онлайн-доступ к финансовой отчетности, инвестпорталы, виртуальные туры по транспортным активам. - Работа с большими данными о передвижениях: этические и коммуникационные аспекты. - Социальные сети как канал обратной связи и антикризисного информирования.
14	Международные аспекты стратегических коммуникаций транспортной компании: трансграничные коридоры и глобальные проекты Рассматриваемые вопросы: - Особенности PR при реализации международных транспортных коридоров (Север-Юг, Запад-Восток, Шёлковый путь). - GR на внешнем контуре: работа с иностранными регуляторами, таможенными союзами, международными организациями (МСАТ, ИКАО, ММФ). - IR для зарубежных инвесторов: специфика раскрытия информации, юрисдикционные риски, валютное регулирование. - Синергия коммуникаций при трансграничных слияниях и поглощениях в транспортной отрасли. - Кейсы: коммуникационное сопровождение строительства международных портов, мостов, железных дорог.
15	Коммуникации при внедрении инноваций и новых сервисов на транспорте: беспилотники, электротяга, MaaS (Mobility as a Service («Мобильность как

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>услуга»))</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PR-продвижение инновационных услуг: мобильность как сервис (MaaS), бесконтактная оплата, динамическое ценообразование. - GR-сопровождение пилотных проектов: беспилотные грузовики, дроны-доставка, автоматизированные системы управления движением. - IR-коммуникации: как инновации влияют на долгосрочную инвестиционную привлекательность и cost of capital. - Управление общественными страхами перед новыми технологиями (безопасность беспилотного транспорта). - Взаимодействие с отраслевыми регуляторами для снятия законодательных барьеров.
16	<p>Оценка эффективности стратегических коммуникаций транспортной организации: аудит, метрики и отчётность</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Система сбалансированных показателей для PR, GR и IR в транспортной компании. - Методики оценки репутационных рисков и капитализации бренда. - GR-аудит: оценка лоббистского влияния, уровня информированности госорганов, скорости реакции на запросы. - IR-метрики: доля free-float, аналитическое покрытие, волатильность акций относительно отраслевого индекса. - Интегрированная отчётность (годовой отчёт, отчёт об устойчивом развитии) как результат синергии PR, GR и IR.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Интегрированные стратегические коммуникации транспортной компании</p> <p>В результате работы на практическом занятии студенты выявляют структуру и взаимосвязи PR, GR и IR на примере реальной транспортной организации (РЖД, «Аэрофлот», FESCO и др.), строят карту ключевых стейкхолдеров, анализируют потенциальные зоны синергии и конфликтов между коммуникационными функциями, а затем формулируют предложения по повышению эффективности интегрированных коммуникаций в транспортной компании.</p>
2	<p>PR-аудит транспортной организации</p> <p>В результате работы на практическом занятии студенты проводят диагностику текущего имиджа и репутации конкретного перевозчика на основе анализа материалов СМИ, отзывов пассажиров и постов в социальных сетях, идентифицируют главные репутационные риски (безопасность, пунктуальность, качество сервиса), после чего составляют аналитический отчёт с практическими рекомендациями для PR-департамента транспортной компании.</p>
3	<p>Разработка PR-кампании по продвижению нового маршрута или услуги</p> <p>В результате работы на практическом занятии студенты в малых группах выбирают вид транспорта (скоростная электричка, авиарейс, логистический сервис), определяют целевые аудитории, формулируют ключевые сообщения, разрабатывают медиаплан и бюджет, устанавливают KPI, а затем защищают разработанную кампанию перед «руководством» и представителями «общественности», отрабатывая навыки презентации и аргументации.</p>
4	<p>Управление репутацией в кризисной ситуации (транспортное происшествие)</p> <p>В результате работы на практическом занятии студенты разбирают кейс реального или смоделированного транспортного происшествия (авиакатастрофа, сход поезда, ДТП с автобусом),</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	разрабатывают антикризисный коммуникационный протокол, включая взаимодействие со СМИ, властями, родственниками пострадавших и инвесторами, а также готовят пакет первых заявлений, посткризисных сообщений и постов в социальных сетях.
5	GR-анализ нормативно-правовой среды транспортной отрасли В результате работы на практическом занятии студенты изучают ключевые нормативные акты (Устав железнодорожного транспорта, Воздушный кодекс, правила перевозок), выявляют проблемные точки для бизнеса (тарифы, лицензирование, экологические нормы), после чего составляют краткую аналитическую записку с обоснованными предложениями по изменению отраслевого законодательства.
6	Практикум по лоббизму: отраслевой интерес транспортной компании В результате работы на практическом занятии студенты участвуют в ролевой игре «Согласование тарифов на перевозку грузов», где представляют интересы перевозчика, Минтранса, ФАС и грузоотправителей, отрабатывают аргументацию позиции, применяют GR-инструменты (аналитические записки, публичные слушания, встречи) и по итогам разрабатывают дорожную карту лоббистского проекта для транспортной компании.
7	GR-сопровождение государственно-частного партнёрства (ГЧП) на транспорте В результате работы на практическом занятии студенты анализируют реальный ГЧП-проект (строительство моста, платной дороги, аэропорта), выделяют ключевые этапы коммуникационного сопровождения – от переговоров с властями до общественных слушаний и взаимодействия с инвесторами, – а затем разрабатывают детальный план GR-коммуникаций для концессионера.
8	IR-коммуникации: подготовка инвестиционной презентации транспортной компании В результате работы на практическом занятии студенты на основе условных финансовых показателей (грузооборот, выручка, EBITDA, CAPEX) формируют слайды для инвесторов, акцентируя отраслевые риски (тарифное регулирование, волатильность топливных цен) и стратегию развития, после чего проводят «питч-сессию», где отвечают на вопросы имитирующих аналитиков.
9	Раскрытие информации и взаимодействие с финансовыми аналитиками В результате работы на практическом занятии студенты изучают реальные годовые отчёты и отчёты эмитентов транспортных компаний, оценивают качество раскрытия финансовой и нефинансовой (ESG) информации, готовят типовые ответы на вопросы sell-side и buy-side аналитиков, а также разрабатывают памятку для IR-специалиста по взаимодействию с финансовым сообществом.
10	Синергия PR и IR при объявлении финансовых результатов В результате работы на практическом занятии студенты разрабатывают комплексный коммуникационный план вокруг публикации отчётности: готовят пресс-релиз, сценарий инвест-колла, Q&A и ключевые сообщения для СМИ, а затем в ролевой игре «Пресс-конференция CEO и CFO транспортной компании» отрабатывают согласованную подачу финансовой информации для разных аудиторий.
11	Внутренние коммуникации на транспорте: информирование персонала о стратегических изменениях В результате работы на практическом занятии студенты на примере кейса о внедрении новой системы оплаты труда или графика работы проектируют внутрикорпоративную коммуникационную кампанию (рассылки, собрания, видеоролики, ответы на вопросы), учитывая специфику транспортной отрасли – сменный график, территориальную распределённость, необходимость охвата линейных сотрудников.
12	Социальная ответственность транспортной компании: разработка и продвижение ESG-проекта В результате работы на практическом занятии студенты в группах разрабатывают ESG-проект транспортной организации (экологическая программа перехода на электробусы, социальная акция по безопасности дорожного движения), подготавливают пакет коммуникационных материалов:

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	пресс-релиз, GR-письмо в администрацию, заметку для инвесторов с обоснованием влияния на капитализацию.
13	Цифровые коммуникации: мобильное приложение и работа с отзывами пассажиров В результате работы на практическом занятии студенты анализируют реальные мобильные приложения транспортных компаний (Яндекс.Электрички, авиакомпания), разрабатывают стратегию реагирования на негативные отзывы в социальных сетях и на цифровых платформах, а также моделируют антикризисный пост в ситуации массового сбоя цифрового сервиса.
14	GR в региональном аспекте: взаимодействие с администрацией города и области В результате работы на практическом занятии студенты участвуют в ролевой игре «Открытие нового автобусного маршрута», где выступают в роли перевозчика, мэрии, жителей-активистов и регионального минтранса, находят компромиссное решение по расписанию и субсидиям, а затем фиксируют итоги в виде протокола GR-встречи и плана дальнейших действий.
15	Международные коммуникации транспортного коридора В результате работы на практическом занятии студенты анализируют проект международного транспортного коридора (Север – Юг, Запад – Восток), выявляют основные вызовы в сфере PR (межкультурные различия), GR (взаимодействие с зарубежными регуляторами) и IR (привлечение иностранных инвесторов), после чего разрабатывают концепцию «единого окна» для интегрированных международных коммуникаций.
16	Антикризисный GR: взаимодействие с контрольно-надзорными органами на транспорте В результате работы на практическом занятии студенты разбирают кейс внеплановой проверки Ространснадзора или транспортной прокуратуры, моделируют алгоритм действий GR-специалиста для минимизации штрафов и приостановки деятельности, а также составляют чек-лист документального и коммуникационного сопровождения проверки.
17	IR-метрики и отчетность для совета директоров В результате работы на практическом занятии студенты рассчитывают ключевые IR-показатели транспортной компании (доля институциональных инвесторов, аналитическое покрытие, ликвидность акций), анализируют их динамику и готовят краткий отчет для совета директоров с рекомендациями по улучшению IR-функции.
18	Практикум по лоббизму через отраслевые ассоциации В результате работы на практическом занятии студенты исследуют деятельность отраслевых союзов (РСПП, «Деловая Россия», АСМАП, СОЮЗТРАНС), разрабатывают сценарий продвижения поправки в закон через ассоциацию, готовят проект обращения в ТПП или профильный комитет, а также аргументируют выбор ассоциации для решения конкретной отраслевой проблемы.
19	Формирование инвестиционной стратегии и коммуникаций при IPO транспортной компании В результате работы на практическом занятии студенты в ролевой игре «Подготовка компании к выходу на биржу» распределяют роли (CEO, IR, PR, юрист, андеррайтер), разрабатывают ключевые сообщения для инвесторов, планируют этапы дорожного шоу и взаимодействие с регулятором (ЦБ, биржа), а также готовят Q&A для потенциальных акционеров.
20	Управление репутацией в социальных сетях: отраслевые паблики и форумы В результате работы на практическом занятии студенты проводят мониторинг профильных транспортных сообществ («Рельсовый блог», «Авиатор» и др.), анализируют реальные конфликтные ситуации, разрабатывают регламент ответов на негативные сообщения и проект внутреннего обучения сотрудников правилам цифровой гигиены в социальных медиа.
21	Compliance и этика в GR на транспорте: антикоррупционные ограничения В результате работы на практическом занятии студенты разбирают реальные случаи конфликта интересов и применения технологии revolving doors, составляют кодекс профессионального поведения GR-специалиста транспортной организации, а также разрабатывают памятку по взаимодействию с государственными служащими с учетом антикоррупционного законодательства.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
22	<p>Проектный практикум: интегрированная кампания по запуску электробусного парка</p> <p>В результате работы на практическом занятии студенты в командах разрабатывают сквозной план интегрированных коммуникаций для запуска электробусного парка: PR-часть (новости, имидж), GR-сопровождение (согласование субсидий, экологические разрешения), IR-мероприятия (привлечение частного инвестора), и представляют итоговый трёхмесячный календарный план с оценкой ресурсов.</p>
23	<p>Анализ кейсов зарубежных транспортных компаний</p> <p>В результате работы на практическом занятии студенты сравнивают подходы к стратегическим коммуникациям в зарубежных транспортных компаниях (Deutsche Bahn – коммуникация опозданий, SNCF – социальный PR, Amtrak – GR на федеральные субсидии, Uber Freight – IR в цифровой логистике), выявляют лучшие практики и формулируют рекомендации по их адаптации для российских транспортных организаций.</p>
24	<p>Итоговая деловая игра: стратегическая сессия по развитию коммуникаций транспортного холдинга</p> <p>В результате работы на практическом занятии студенты объединяются в команды PR, GR и IR под руководством «совета директоров», анализируют вводную (новые экологические требования, снижение пассажиропотока, ужесточение регулятора), согласовывают единую коммуникационную стратегию на год, защищают её перед «акционерами» и получают обратную связь по реализуемости и балансу интересов.</p>

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом
3	Написание курсовой работы
4	Выполнение курсовой работы.
5	Подготовка к промежуточной аттестации.
6	Подготовка к текущему контролю.

4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

Курсовая работа состоит из задания - плана. Студенты выполняют курсовую работу на тему «Разработка плана стратегических коммуникаций транспортной компании». По согласованию с преподавателем каждый студент выбирает для работы свою компанию для анализа и разработки стратегии.

1. Разработка плана стратегических коммуникаций пассажирской железнодорожной компании (на примере пригородного перевозчика)

2. План стратегических коммуникаций грузовой железнодорожной компании в условиях реформы отрасли

3. Стратегические коммуникации авиакомпании – дискаунтера: PR, GR и IR при выводе на рынок новых маршрутов
4. Разработка плана интегрированных коммуникаций для грузового авиаперевозчика (бизнес-модель «карго»)
5. План стратегических коммуникаций морского порта (стивидорной компании) с акцентом на GR и IR
6. Стратегические коммуникации круизной компании на внутренних водных путях (речной туризм)
7. Разработка плана коммуникаций автобусного перевозчика (междугородные пассажирские перевозки) в условиях конкуренции с железной дорогой
8. План стратегических коммуникаций для компании – оператора платных автомобильных дорог (концессия)
9. Стратегические коммуникации транспортно-логистической компании (авто + складские услуги) в сегменте сборных грузов
10. Разработка плана интегрированных коммуникаций для городского электротранспорта (трамвай / троллейбус) при переходе на концессионную модель
11. План стратегических коммуникаций железнодорожного оператора рефрижераторных перевозок (скоропорт)
12. Стратегические коммуникации регионального аэропорта в рамках ГЧП-проекта (PR, GR, IR-аспекты)
13. Разработка плана коммуникаций для паромной переправы (морской или речной) при запуске международного маршрута
14. План стратегических коммуникаций для каршеринговой компании (автомобильный транспорт, внутригородские перевозки)
15. Стратегические коммуникации компании экспресс-доставки грузов (авто- и авиаперевозки) в условиях конкуренции с маркетплейсами
16. Разработка плана интегрированных коммуникаций для круизного лайнера (морской транспорт) в условиях санкционных ограничений
17. План стратегических коммуникаций для грузового терминала (сухой порт) в логистическом хабе
18. Стратегические коммуникации социального автобусного перевозчика по регулируемым тарифам (субсидируемые маршруты)
19. Разработка плана стратегических коммуникаций для оператора мультимодальных перевозок (железная дорога + авто) в проекте «Евразийский контейнерный мост»

20. План стратегических коммуникаций для высокоскоростной железнодорожной магистрали (ВСМ) на этапе общественных слушаний и привлечения инвестиций

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебник для вузов / С. М. Емельянов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 218 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16787-0. 2026	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/585359 (дата обращения: 26.05.2026). Текст: электронный.
2	Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19117-2. 2026	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583817 (дата обращения: 27.05.2026).
3	GR и лоббизм: теория и	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583282 (дата обращения: 26.05.2026). Текст: электронный.

	<p>технологии : учебник для вузов / под редакцией В. А. Ачкасовой, И. Е. Минтусова, О. Г. Филатовой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 438 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 14000-2 2026</p>	
4	<p>GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти : учебник и практикум для вузов / под редакцией Е. И. Марковской. — 4- е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 19006-9. 2026</p>	<p>ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/584032 (дата обращения: 26.05.2026). Текст: электронный.</p>
5	<p>Основы рекламы и связей с общественностью : учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова ; под редакцией М. М. Васильевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 286 с. — (Высшее</p>	<p>ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589167 (дата обращения: 27.05.2026). - Текст: электронный.</p>

	образование). — ISBN 978-5-534-15699-7 2026	
6	Теплова, Т. В. Корпоративные финансы (продвинутый уровень) : учебник и практикум для вузов / Т. В. Теплова. — 2-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 750 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17326-0 2026	ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/587561 (дата обращения: 27.05.2026). - Текст: электронный.
7	Структура и правила оформления оформления курсовых работ (проектов), отчетов по практикам и выпускных квалификационны х работ 2026	НТБ РУТ МИИТ: https://library.miit.ru/bookscatalog/2024/MU_oformlenie_VKR_i_dr.2025.pdf (дата обращения:06.06.2026). 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», «Гарант».

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

Электронно-библиотечная система ibooks.ru (<http://ibooks.ru/>).

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

Яндекс. Браузер, Google Chrome (или другой 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:

Курсовая работа в 6 семестре.

Экзамен в 6 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

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян