

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
23.03.01 Технология транспортных процессов,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Стратегические компетенции руководителя

Направление подготовки: 23.03.01 Технология транспортных процессов

Направленность (профиль): Организация перевозок и управление на метрополитене

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: 20662
Подписал: заведующий кафедрой Бородин Андрей
Федорович
Дата: 25.06.2025

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины являются:

- изучение студентами теории и практики стратегического планирования в области массовых коммуникаций;

- освоение студентами основ теоретических знаний различных видов коммуникаций и приобретение практических навыков для разработки коммуникационной стратегии компании.

Задачами освоения дисциплины являются:

- овладение методологией стратегического планирования в области массовых коммуникаций;

- формирование у обучающихся навыков владения различными коммуникационными инструментами (лоббирование, спонсорство и др.).

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-14 - Способен организовать работы персонала станции метрополитена и осуществлять контроль работы персонала смежных подразделений метрополитена.

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

Уметь:

- разработать и спланировать комплекс мероприятий по реализации PR-стратегии;

- использовать современные средства коммуникации;

- осуществлять коммуникацию с субъектами рынка.

Владеть:

- методами анализа и синтеза информации;

- системным подходом для решения поставленных задач.

Знать:

- различные виды коммуникаций;

- современные технологии стратегического планирования.

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 №7 |
| Контактная работа при проведении учебных занятий (всего): | 64 | 64 |
| В том числе: | | |
| Занятия лекционного типа | 32 | 32 |
| 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 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 | Сущность коммуникационной стратегии и её основные виды. Рассматриваемые вопросы: - коммуникативное пространство в маркетинге (презентация, конвенция и др.); - цели коммуникационной стратегии (увеличения сбыта, повышение имиджа и узнаваемости марки, др.); - основные коммуникационные задачи (реализация рекламных проектов, презентаций и др.); - внешние и внутренние коммуникации. |
| 2 | Основы стратегического планирования Рассматриваемые вопросы: |

| № п/п | Тематика лекционных занятий / краткое содержание |
|----------|--|
| | анализ сильных и слабых сторон компании возможностей и угроз внешней среды определение ключевых компетенций и конкурентных преимуществ. |
| 3 | Разработка миссии и видения компании Рассматриваемые вопросы: определение миссии и видения компании взаимосвязь и влияние на формирование стратегии. |
| 4 | Анализ внешней среды и конкурентов Рассматриваемые вопросы: изучение макроэкономических факторов, отраслевых тенденций, конкурентной ситуации анализ конкурентов и их стратегий |
| 5 | Анализ внутренней среды компании Рассматриваемые вопросы: оценка ресурсов, компетенций, процессов и культуры компании выявление сильных и слабых сторон. |
| 6 | Формирование стратегических целей и задач Рассматриваемые вопросы: определение долгосрочных и краткосрочных целей разработка конкретных задач и показателей для их достижения. |
| 7 | Разработка стратегии развития компании Рассматриваемые вопросы: выбор стратегии роста диверсификации или оптимизации определение стратегических приоритетов и направлений развития |
| 8 | Реализация стратегии и контроль выполнения планов Рассматриваемые вопросы: разработка планов действий распределение ответственности мониторинг и корректировка стратегии в случае необходимости |
| 9 | Стратегический анализ и оценка эффективности Рассматриваемые вопросы: измерение и оценка результатов реализации стратегии анализ достигнутых показателей, выявление проблем и возможностей для улучшения. |
| 10 | Цели и задачи коммуникационной стратегии Рассматриваемые вопросы: информирование о деятельности компании формирование положительного образа установление доверительных отношений с клиентами и партнёрами, продвижение продуктов и услуг. |
| 11 | Основные инструменты и каналы коммуникации Рассматриваемые вопросы: использование различных каналов коммуникации (СМИ, социальные сети, блоги, мероприятия, реклама) для достижения поставленных целей |
| 12 | Разработка коммуникационных планов и стратегий Рассматриваемые вопросы: определение целевых аудиторий разработка контент-плана, выбор оптимальных каналов коммуникации оценка эффективности используемых инструментов |

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание |
|-------|--|
| 1 | Миссия и видение компании В результате работы на практическом занятии студент учится определять основные цели и задачи предприятия |
| 2 | Анализ внешней среды В результате работы на практическом занятии студент изучает рыночные тенденции, конкурентов, потребителей и технологии |
| 3 | Анализ внутренней среды В результате работы на практическом занятии студент проводит оценку сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз |
| 4 | Разработка стратегии В результате работы на практическом занятии студент учится определять долгосрочные цели и планы развития компании |
| 5 | Формирование корпоративной культуры В результате работы на практическом занятии студент изучает создание ценностей, норм и правил поведения сотрудников. |
| 6 | Управление рисками В результате работы на практическом занятии студент учится разрабатывать методы минимизации рисков и кризисных ситуаций |
| 7 | Коммуникационная стратегия В результате работы на практическом занятии студент учится определять каналы коммуникации с клиентами, партнёрами и сотрудниками |
| 8 | PR-стратегия В результате работы на практическом занятии студент учится формировать положительный имидж компании и управление репутацией |
| 9 | Реклама и продвижение В результате работы на практическом занятии студент учится разрабатывать рекламные кампании, акции и программы лояльности |
| 10 | Маркетинговые исследования В результате работы на практическом занятии студент учится сбору и анализу информации о рынке, конкурентах и потребителях |
| 11 | Управление проектами В результате работы на практическом занятии студент изучает планирование, контроль и реализация проектов, направленных на достижение стратегических целей |
| 12 | Оценка эффективности стратегии В результате работы на практическом занятии студент учится измерять результаты и корректировать планы при необходимости |

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 | Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. | https://urait.ru/bcode/450157 (дата обращения: 16.04.2025). Текст - электронный |
| 2 | Стрельцов А.В. Корпоративные масс-медиа: Учебно-методическое пособие. – М.: РУТ (МИИТ), 2022. - 41 с. | http://library.miit.ru/bookscatalog/metod/DC-1585.pdf (дата обращения: 16.04.2025). 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/>).

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 лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

старший преподаватель кафедры
«Железнодорожные станции и
транспортные узлы»

П.А. Егоров

Согласовано:

Заведующий кафедрой УЭРиБТ

А.Ф. Бородин

Председатель учебно-методической
комиссии

Н.А. Андриянова