

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
23.03.01 Технология транспортных процессов,
утвержденной первым проректором ФГАОУ ВО
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 ФГАОУ ВО РУТ
(МИИТ)

ID подписи: 20662

Подписал: заведующий кафедрой Бородин Андрей
Федорович

Дата: 01.09.2026

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