

**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)**

**Стратегическое планирование и коммуникационная стратегия  
организаций транспортного комплекса**

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).

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-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:**

- различные виды коммуникаций;

- принципы и подходы к разработке и планированию комплекса мероприятий по реализации рекламной, PR- и GR-стратегий и внутренних коммуникаций компаний транспортно-логистического комплекса, с применением цифрового инструментария и управления репутационными рисками;

- способы анализа стратегии проведения PR-кампаний и оценки эффективности результатов продвижения на основе медиааналитики и больших данных.

- современные технологии стратегического планирования.

**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.

**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 №5
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: 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 изучение 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.

### 4.2. Занятия семинарского типа.

#### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<b>Миссия и видение компании</b> В результате работы на практическом занятии студент учится определять основные цели и задачи организации транспортного комплекса
2	<b>Анализ внешней среды</b> В результате работы на практическом занятии студент изучает рыночные тенденции, конкурентов, потребителей и технологии
3	<b>Анализ внутренней среды</b> В результате работы на практическом занятии студент проводит оценку сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз
4	<b>Разработка стратегии</b> В результате работы на практическом занятии студент учится определять долгосрочные цели и планы развития компании
5	<b>Формирование корпоративной культуры</b> В результате работы на практическом занятии студент изучает создание ценностей, норм и правил поведения сотрудников.
6	<b>Управление рисками</b> В результате работы на практическом занятии студент учится разрабатывать методы минимизации рисков и кризисных ситуаций
7	<b>Коммуникационная стратегия</b> В результате работы на практическом занятии студент учится определять каналы коммуникации с клиентами, партнёрами и сотрудниками
8	<b>PR-стратегия</b> В результате работы на практическом занятии студент учится формировать положительный имидж компании и управление репутацией

#### 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 :	<a href="https://urait.ru/bcode/583022">https://urait.ru/bcode/583022</a> (дата обращения: 02.06.2026). Текст - электронный

	Издательство Юрайт, 2026. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. 2026	
2	Стрельцов А.В. Корпоративные медиа: Учебно-методическое пособие. — М.: РУТ (МИИТ), 2022. - 41 с. 2022	<a href="http://library.miit.ru/bookscatalog/metod/DC-1585.pdf">http://library.miit.ru/bookscatalog/metod/DC-1585.pdf</a> (дата обращения: 02.06.2026).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» (<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 Office.

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

Для проведения занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен в 5 семестре.

10. Оценочные материалы.

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



Авторы:

профессор, доцент, д.н. кафедры  
«Экономика и управление на  
транспорте»

А.В. Рышков

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической  
комиссии

М.В. Ишханян