

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»

СОГЛАСОВАНО
Директор ИЭФ ИЭФ

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор

Ю.И. Соколов
08 июня 2026 г.

В.С. Тимонин
08 июня 2026 г.

«Экономика и управление на транспорте»

**АННОТИРОВАННАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки: 42.03.01 – РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность: РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
В ОТРАСЛИ
Квалификация выпускника: СПЕЦИАЛИСТ ПО РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯМ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НА ТРАНСПОРТЕ
Форма обучения: ОЧНАЯ

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол №	Одобрено на заседании выпускающей кафедры Протокол №
---	---

Москва 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1.

1.

1.

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направленности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «06» мая 2026 № 397/а

1.

1.

4 года

1.

Составляет 265 зач.ед.

Прием граждан в университет осуществляется в соответствии с Правилами приема в федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Московский государственный университет путей сообщения» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре, утверждаемыми ректором МГУПС (МИИТ) ежегодно.

Результаты освоения ОП ВО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Коды компетенций	Содержание компетенций
1	2
ОПК	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ОПК-1	Способен создавать медиатексты и(или) медиапродукты, и(или) коммуникационные продукты, адаптируя их содержание, стиль и каналы распространения к специфике различных отраслей экономики, с соблюдением норм медиаграмотности, языка и особенностей знаковых систем
ОПК-2	Способен понимать устройство и историю развития транспортной системы
ОПК-3	Способен анализировать исторические тенденции и философские основания развития общественных, государственных и отраслевых институтов для разработки медиапродуктов и (или) коммуникативных продуктов, учитывающих социокультурный контекст и специфику различных сфер экономики
ОПК-4	Способен использовать современные информационные технологии, цифровые сервисы и программные средства для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-5	Способен оценивать социальные, этические и экономические эффекты профессиональной деятельности в сферах, имеющих общественное значение, и формировать коммуникации с учетом принципов устойчивого развития
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА
ПК-1	Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные кампании, создавать медиаконтент (рекламный и PR) для продвижения транспортных услуг с применением инструментов искусственного интеллекта в цифровой среде
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
УК	
УК-1	Способен осмысленно подходить к решению задач, выявлять проблемы, ставить цели, выработать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-3	Способен организовать работу команды для достижения поставленной цели
УК-4	Способен к продуктивной коммуникации
УК-5	Способен учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-6	Способен к рефлексии, самоанализу и самооценке
УК-7	Способен поддерживать должный уровень психологической, эмоциональной и физической подготовки для обеспечения полноценной социальной и профессиональной жизни
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им
УК-11	Способен понимать роль России в современном мире, формировать национальную идентичность и патриотизм

С1.ОД.1 7.17	Психология и социология	Зач	6	216	+															УК-10, УК-5
С1.ОД.1 8.18	Теория и практика рекламы и пиар	Экз	5	180		+														ОПК-1, ПК-3
С1.ОД.1 9.19	Поведение потребителей на транспортном рынке	Экз	4	144		+														ОПК-5
С1.ОД.2 0.20	Основы журналистики и редактирования	Зач	4	144		+														ОПК-1, УК-4
С1.ОД.2 1.21	Социоллингвистика	Зач	4	144			+													ОПК-1, ОПК-3, УК-5
С1.ОД.2 2.22	Основы менеджмента	Экз	3	108			+													УК-1, УК-3
С1.ОД.2 3.23	Информационный дизайн и инфографика	Зач	3	108			+													ОПК-1, ОПК-4, ПК-1
С1.ОД.2 4.24	Регионалистика	Экз	3	108			+													УК-5, УК-9
С1.ОД.2 5.25	Социальная реклама	Зач	4	144			+													ОПК-1, ПК-3
С1.ОД.2 6.26	Маркетинг	Экз	4	144				+												ОПК-5, ПК-1
С1.ОД.2 7.27	Основы рекламно- производственной деятельности для нужд организаций транспортного комплекса	Зач	3	108				+												ОПК-2, ПК-1
С1.ОД.2 8.28	Кросс-культурные коммуникации	Зач	3	108				+												ОПК-3, ОПК-5, УК-5
С1.ОД.2 9.29	Управление массовыми коммуникациями	Экз	4	144				+												ОПК-1, ПК-1
С1.ОД.3 0.30	Учёт и налогообложение	Зач	4	144				+												УК-9
С1.ОД.3 1.31	Этика бизнеса и корпоративная социальная ответственность	Зач	4	144				+												ОПК-5, УК-4, УК-5
С1.ОД.3 2.32	Стилистика рекламы	Экз	3	108				+												ОПК-1, ОПК-3
С1.ОД.3 3.33	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Экз	4	144					+											ПК-3
С1.ОД.3 4.34	Медиапланирование	Экз	4	144					+											
С1.ОД.3 5.35	Искусственный интеллект в рекламе и пиар	Зач	3	108					+											ОПК-4, ПК-1
С1.ОД.3 6.36	Стратегическое планирование и коммуникационная стратегия организаций транспортного комплекса	Экз	4	144					+											ПК-2, ПК-3
С1.ОД.3 7.37	Рекламный и PR-текст в медиа-пространстве транспортного комплекса	Зач	3	108					+											ОПК-1, ПК-1
С1.ОД.3 8.38	Интернет-маркетинг	Экз	4	144						+										ОПК-4, ПК-1
С1.ОД.3 9.39	Стратегические коммуникации транспортной организации: PR, GR и IR-аспекты	Экз	4	144						+										ОПК-2, ПК-2, ПК-3

