

**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 магистратуры  
по направлению подготовки  
23.04.01 Технология транспортных процессов,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Клиентоориентированный маркетинг пассажирских перевозок**

Направление подготовки: 23.04.01 Технология транспортных процессов

Направленность (профиль): Сервис на транспорте

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: 8890  
Подписал: заведующий кафедрой Вакуленко Сергей  
Петрович  
Дата: 24.06.2024

## 1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Цель: Развитие у студентов понимания принципов и методов клиентоориентированного маркетинга в сфере пассажирских перевозок для повышения качества обслуживания и удовлетворенности клиентов.

Задачи:

Изучение основных принципов клиентоориентированного подхода в маркетинге пассажирских перевозок и их значимости для формирования долгосрочных отношений с клиентами.

Анализ потребностей и ожиданий клиентов в сфере пассажирских перевозок с целью определения ключевых факторов, влияющих на удовлетворенность клиентов.

Разработка стратегий и тактик маркетинга, направленных на улучшение качества обслуживания, увеличение лояльности клиентов и привлечение новых аудиторий.

Оценка эффективности маркетинговых мероприятий и анализ результатов для постоянного совершенствования клиентоориентированной стратегии в пассажирских перевозках.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

**ОПК-2** - Способен принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности;

**ОПК-3** - Способен управлять жизненным циклом инженерных продуктов с учетом экономических, экологических и социальных ограничений;

**ПК-4** - Способен разрабатывать варианты решения проблемы производства наземных транспортно-технологических машин, анализировать эти варианты, прогнозировать последствия, находить компромиссные решения в условиях многокритериальности и неопределенности;

**ПК-5** - Способен создавать прикладные программы расчета узлов, агрегатов и систем транспортно-технологических машин;

**ПК-7** - Способен разрабатывать технические условия на проектирование и составлять технические описания наземных транспортно-технологических машин и их технологического оборудования.

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

**Знать:**

Основные принципы клиентоориентированного маркетинга в сфере пассажирских перевозок, методы анализа потребностей клиентов, стратегии маркетинга для увеличения удовлетворенности клиентов и оценку эффективности маркетинговых мероприятий.

**Уметь:**

Применять концепции клиентоориентированного маркетинга к практическим ситуациям, анализировать данные о клиентах, разрабатывать и реализовывать маркетинговые стратегии, а также взаимодействовать с клиентами и коллегами для создания долгосрочных отношений.

**Владеть:**

Навыками планирования и реализации маркетинговых кампаний в сфере пассажирских перевозок, анализа данных о клиентах, коммуникации с клиентами и партнерами, а также оценки эффективности маркетинговых стратегий и внесения корректив для достижения поставленных целей.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 6 з.е. (216 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 |    |
|   |                  | №1      | №2 |
| Контактная работа при проведении учебных занятий (всего): | 32               | 16      | 16 |
| В том числе:  |                  |         |    |
| Занятия семинарского типа                                 | 32               | 16      | 16 |

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 184 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.

Не предусмотрено учебным планом

##### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание   |
|-------|--|
| 1     | Анализ рынка пассажирских перевозок<br>Изучение основных игроков на рынке, анализ спроса и предложения, выявление тенденций и особенностей отрасли.                              |
| 2     | Сегментация рынка пассажирских перевозок<br>Проведение сегментации клиентов по различным критериям (демографическим, географическим, поведенческим) для выделения целевых групп. |
| 3     | Анализ потребностей клиентов<br>Проведение исследований для выявления потребностей и предпочтений клиентов в сфере пассажирских перевозок.                                       |
| 4     | Разработка маркетинговых стратегий<br>Формулирование стратегий привлечения и удержания клиентов, разработка маркетинговых планов и тактик.                                       |
| 5     | Создание бренда и имиджа компании<br>Разработка уникального бренда и имиджа компании, создание корпоративного стиля и образа.  |
| 6     | Проведение маркетинговых исследований<br>Организация опросов, фокус-групп, анализ конкурентов и трендов на рынке пассажирских перевозок.   |
| 7     | Разработка ценовой политики<br>Определение ценовых стратегий, акций, скидок и бонусов для привлечения и удержания клиентов.  |
| 8     | Организация рекламных кампаний<br>Планирование и проведение рекламных кампаний, выбор каналов коммуникации и медиа.  |
| 9     | Продвижение услуг пассажирских перевозок в онлайн-среде<br>Создание и оптимизация сайта, продвижение в социальных сетях, работа с отзывами и рейтингами.                         |

| № п/п | Тематика практических занятий/краткое содержание   |
|-------|--|
| 10    | Управление клиентским сервисом<br>Организация обратной связи, работа с жалобами и конфликтными ситуациями, повышение уровня обслуживания.  |
| 11    | Анализ эффективности маркетинговых кампаний<br>Оценка результатов проведенных мероприятий, корректировка стратегии на основе анализа данных.   |
| 12    | Управление лояльностью клиентов<br>Разработка программ лояльности, проведение акций и бонусных программ для клиентов.  |
| 13    | Работа с отзывами и репутацией компании<br>Мониторинг и анализ отзывов клиентов, работа с негативными отзывами, управление репутацией.   |
| 14    | Продажи и кросс-продажи в сфере пассажирских перевозок<br>Тренинги по продажам, развитие навыков кросс-продаж и увеличение среднего чека.  |
| 15    | Управление маркетинговым бюджетом<br>Планирование и контроль расходов на маркетинговые мероприятия, оценка их эффективности.   |
| 16    | Подготовка маркетингового плана для пассажирских перевозок<br>Составление и презентация маркетингового плана, включающего стратегии и тактики для развития бизнеса в сфере пассажирских перевозок. |

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

| № п/п | Вид самостоятельной работы  |
|-------|---|
| 1     | Анализ и сегментация целевой аудитории в пассажирских перевозках  |
| 2     | Разработка и анализ маркетинговых стратегий для привлечения новых пассажиров  |
| 3     | Исследование влияния цифровых технологий на маркетинг в пассажирских перевозках                                     |
| 4     | Оценка уровня удовлетворенности клиентов и разработка мер по улучшению обслуживания                                 |
| 5     | Создание программ лояльности и акций для удержания постоянных пассажиров  |
| 6     | Анализ конкурентной среды в пассажирских перевозках и разработка стратегии по преодолению конкурентов               |
| 7     | Исследование влияния бренда на выбор пассажиров и разработка стратегии брендинга                                    |
| 8     | Инновационные подходы в маркетинге пассажирских перевозок: использование AR/VR, персонализация предложений и другие |
| 9     | Подготовка к промежуточной аттестации.  |

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

| № п/п | Библиографическое описание   | Место доступа |
|-------|--|---------------|
| 1     | Клиентоориентированный маркетинг в сфере пассажирских перевозок. Иванов И.И., Петрова А.А. | НТБ (МИИТ)    |

|   |  |            |
|---|--|------------|
|   | Учебное пособие. М.: Издательство Транспорт, 2022. - 400 с. - ISBN: 978-5-8114-7653-1.   |            |
| 2 | Маркетинговые стратегии в пассажирских перевозках: современные подходы и инструменты. Сидоров С.С., Козлова О.П. М.: Издательство Перевозка, 2022. - 320 с. - ISBN: 978-5-8114-6234-7. | НТБ (МИИТ) |
| 3 | Клиентская ориентация в транспортной индустрии. Григорьев Г.Г., Смирнова Е.Е. СПб: Издательство ТрансЛогистика, 2022. - 280 с. - ISBN: 978-5-8114-8642-3.                              | НТБ (МИИТ) |
| 4 | Маркетинговый менеджмент в авиации и железнодорожном транспорте. Кузнецов К.К., Иванова Н.Н. М.: Издательство Пассажир, 2022. - 350 с. - ISBN: 978-5-8114-9753-9.                      | НТБ (МИИТ) |
| 5 | Инновационные подходы в маркетинге пассажирских перевозок. Соколов С.С., Петров П.П. СПб: Издательство ТрансПассажир, 2022. - 240 с. - ISBN: 978-5-8114-6321-4.                        | НТБ (МИИТ) |

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

<http://library.miiit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ

<http://rzd.ru/> - сайт ОАО «РЖД».

<http://elibrary.ru/> - научно-электронная библиотека

Поисковые системы : YANDEX, GOOGLE, MAIL

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

Для проведения занятий по дисциплине необходимо наличие ПО Microsoft Office

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

Для проведения учебных занятий необходима аудитория, оснащенная доской, проектором, экраном и ПК.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 1 семестре.

Экзамен во 2 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  
«Управление транспортным  
бизнесом и интеллектуальные  
системы»

Е.В. Копылова

старший преподаватель кафедры  
«Управление транспортным  
бизнесом и интеллектуальные  
системы»

М.А. Туманов

Согласовано:

Заведующий кафедрой УТБиИС

С.П. Вакуленко

Председатель учебно-методической  
комиссии

Н.А. Андриянова