

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: 20.06.2025

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 Изучение основных игроков на рынке, анализ спроса и предложения, выявление тенденций и особенностей отрасли.
2	Сегментация рынка пассажирских перевозок Проведение сегментации клиентов по различным критериям (демографическим, географическим, поведенческим) для выделения целевых групп.
3	Анализ потребностей клиентов Проведение исследований для выявления потребностей и предпочтений клиентов в сфере пассажирских перевозок.
4	Разработка маркетинговых стратегий Формулирование стратегий привлечения и удержания клиентов, разработка маркетинговых планов и тактик.
5	Создание бренда и имиджа компании Разработка уникального бренда и имиджа компании, создание корпоративного стиля и образа.
6	Проведение маркетинговых исследований Организация опросов, фокус-групп, анализ конкурентов и трендов на рынке пассажирских перевозок.
7	Разработка ценовой политики Определение ценовых стратегий, акций, скидок и бонусов для привлечения и удержания клиентов.
8	Организация рекламных кампаний Планирование и проведение рекламных кампаний, выбор каналов коммуникации и медиа.
9	Продвижение услуг пассажирских перевозок в онлайн-среде Создание и оптимизация сайта, продвижение в социальных сетях, работа с отзывами и рейтингами.

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