

**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  
38.03.03 Управление персоналом,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Маркетинг в управлении персоналом**

Направление подготовки: 38.03.03 Управление персоналом

Направленность (профиль): Управление персоналом организации

Форма обучения: Заочная

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: 751862  
Подписал: заведующий кафедрой Панько Юлия  
Владимировна  
Дата: 23.06.2026

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

Целью освоения учебной дисциплины «Маркетинг в управлении персоналом» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с требованиями СУОС ВО РУТ (МИИТ) по направлению 38.03.03 Управление персоналом и приобретение ими знаний, умений и навыков в части вопросов теории маркетинга персонала, получение знаний по функционированию внешней и внутренней маркетинговой (в области персонала) среды организации, а также использование различных маркетинговых концепций на этапах развития маркетинга персонала.

Задачи изучения дисциплины:

- ? изучение особенностей управления персоналом в условиях рыночной экономики;
- ? изучение методологических основ маркетинга персонала;
- ? формирование практических навыков по использованию форм и методов маркетингового управления персоналом;
- ? формирование навыков реализации маркетинга персонала в организации.

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

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

**ОПК-2** - Способен понимать устройство и историю развития транспортной системы;

**ПК-3** - Способен анализировать организационную структуру и трудовые процессы, проектировать рабочие места, применять методы организации и нормирования труда для роста производительности.

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

### **Знать:**

основные понятия и категории маркетинга, маркетинговые стратегии, комплекс маркетинг-микс, основы маркетингового бюджетирования

### **Уметь:**

Осуществляет расчёты, необходимые для составления экономических разделов планов.

Систематизирует данные экономических, статистических, научно-аналитических материалов.

Осуществляет подготовку информационных обзоров и/или аналитических отчетов по материалам отечественных и зарубежных источников информации.

**Владеть:**

Способен обосновать расчёты экономических разделов планов.

Владеет навыками представления результатов работы в соответствии с принятыми в организации стандартами.

Владеет методами анализа и навыками самостоятельного изучения кредитно-банковской сферы.

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 №4
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	16	16
В том числе:		
Занятия лекционного типа	8	8
Занятия семинарского типа	8	8

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 128 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	<p>Раздел 1. Введение в маркетинг</p> <p>Раздел 1. Введение в маркетинг</p> <p>Тема 1. Введение</p> <p>Тема 2. Сущность, цели и принципы маркетинговой деятельности</p> <p>Тема 3. Основные функции маркетинга</p> <p>Тема 4. Цели, задачи и структура маркетинговых исследований</p> <p>Тема 5. Источники информации. Методы сбора информации</p>
2	<p>Раздел 2. Предмет маркетингового анализа внешней и внутренней среды предприятия.</p> <p>Раздел 2. Предмет маркетингового анализа внешней и внутренней среды предприятия.</p> <p>Тема 6. Внешняя среда и методы ее анализа</p> <p>Тема 7. Внутренняя среда и методы ее анализа</p> <p>Тема 8. SWOT –анализ</p>
3	<p>Раздел 3. Сегментирование, выбор целевых сегментов и позиционирование марки</p> <p>Раздел 3. Сегментирование, выбор целевых сегментов и позиционирование марки</p> <p>Тема 9. Изучение потребительских рынков</p> <p>Тема 10. Изучение покупательского поведения потребителей</p> <p>Тема 11. Сегментация и выбор целевого рынка</p> <p>Тема 12. Разработка стратегии и плана маркетинга</p>
4	<p>Раздел 4. Комплекс маркетинга</p> <p>Раздел 4. Комплекс маркетинга</p> <p>Тема 13. Товарная политика. Разработка концепции нового товара. Жизненный цикл товара. Товарный ассортимент</p> <p>Тема 14. Политика ценообразования. Цели и стратегии ценообразования. Тактика ценообразования. Виды цен. Методы ценообразования</p> <p>Тема 15. Сбытовая политика. Распределение и товародвижение</p> <p>Тема 16. Коммуникационная политика. Система маркетинговых коммуникаций. Комплекс продвижения</p>
5	<p>Раздел 5. Планирование и контроль маркетинговой деятельности</p> <p>Раздел 5. Планирование и контроль маркетинговой деятельности</p> <p>Тема 17. Планирование и контроль маркетинговой деятельности</p> <p>Тема 18. Маркетинг в сфере услуг</p> <p>Тема 19. Некоммерческий маркетинг</p> <p>Тема 20. Международный маркетинг</p>

## 4.2. Занятия семинарского типа.

### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Раздел 4. Комплекс маркетинга  Раздел 4. Комплекс маркетинга  Тема 13. Товарная политика. Разработка концепции нового товара. Жизненный цикл товара. Товарный ассортимент Тема 14. Политика ценообразования. Цели и стратегии ценообразования. Тактика ценообразования. Виды цен. Методы ценообразования Тема 15. Сбытовая политика. Распределение и товародвижение Тема 16. Коммуникационная политика. Система маркетинговых коммуникаций. Комплекс продвижения
2	Раздел 5. Планирование и контроль маркетинговой деятельности  Раздел 5. Планирование и контроль маркетинговой деятельности  Тема 17. Планирование и контроль маркетинговой деятельности Тема 18. Маркетинг в сфере услуг Тема 19. Некоммерческий маркетинг Тема 20. Международный маркетинг

## 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	работа с лекционным материалом
2	подготовка к практическим занятиям
3	работа с литературой и интернет- источниками
4	самостоятельное изучение разделов (тем) дисциплины(модуля)
5	Подготовка к промежуточной аттестации
6	Выполнение курсовой работы.
7	Подготовка к промежуточной аттестации.

## 4.4. Примерный перечень тем курсовых работ

Сущность, цели и принципы маркетинговой деятельности

Основные функции маркетинга

Цели, задачи и структура маркетинговых исследований

Источники информации. Методы сбора информации

Маркетинговый анализ внешней  
Организация маркетингового анализа внутренней среды предприятия  
Маркетинговые информационные системы  
Внешняя среда и методы ее анализа  
Внутренняя среда и методы ее анализа  
SWOT –анализ  
Pest-анализ  
Efas-анализ  
Стратегия массового маркетинга  
Наступательные стратегии в маркетинге  
Бренд и брендинг, как элемент маркетинга компании  
PR и значение для компании  
Сегментирование, выбор целевых сегментов и позиционирование марки  
Методы ценообразования  
Изучение потребительских рынков  
. Изучение покупательского поведения потребителей  
Сегментация и выбор целевого рынка  
Критерии и методики сегментирования рынков  
Разработка стратегии и плана маркетинга  
Комплекс маркетинга  
Товарная политика.  
Разработка концепции нового товара.  
Жизненный цикл товара.  
Товарный ассортимент  
Политика ценообразования  
Цели и стратегии ценообразования  
Тактика ценообразования  
Виды и система цен компании  
Ценовая политика компании  
Товарная политика компании  
Стратегия ценообразования

Сбытовая политика.

Распределение и товародвижение

Преимущества и недостатки каналов сбыта

Коммуникационная политика

Система маркетинговых коммуникаций

Комплекс продвижения

Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций

Планирование и контроль маркетинговой деятельности

Планирование и контроль маркетинговой деятельности

Маркетинг в сфере услуг

Тема 19. Некоммерческий маркетинг

Тема 20. Международный маркетинг

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Основы менеджмента Веснин, В. Р. Учебник Москва : Проспект , 2018	URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/54863">https://e.lanbook.com/book/54863</a>
2	Менеджмент в схемах и определениях [Текст : Электронный ресурс] В. Р. Веснин. Учебное пособие Электронные текстовые данные. - Москва : Проспект, , 2012	URL: <a href="http://www.book.ru/book/906244">http://www.book.ru/book/906244</a> . - ISBN 978-5-392-02744-6
3	Менеджмент О. С. Виханский, А. И. Наумов Учебник -е изд., перераб. и доп. - Москва : Магистр : ИНФРА-М , 2021	URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1192203">https://znanium.com/catalog/product/1192203</a>
4	Основы менеджмента Гуськов, Ю. В. Учебник Москва : ИНФРА-М, , 2020	URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1063629">https://znanium.com/catalog/product/1063629</a>
5	Менеджмент Казначевская, Г.Б. Учебник Москва : КноРус , 2021	URL: <a href="https://book.ru/book/936304">https://book.ru/book/936304</a>
6	Менеджмент: прикладные аспекты : учебник и практикум для вузов В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. Учебник Москва : Издательство Юрайт , 2025	URL : <a href="https://urait.ru/bcode/562108">https://urait.ru/bcode/562108</a>

7	Менеджмент. Эффективность управления : учебник для вузов К. О. Староверова. Учебник Москва : Издательство Юрайт , 2025	URL : <a href="https://urait.ru/bcode/562107">https://urait.ru/bcode/562107</a>
8	Управление персоналом : учебник и практикум для вузо под редакцией А. А. Литвинюка. Учебник Москва : Издательство Юрайт, , 2025	URL : <a href="https://urait.ru/bcode/559881">https://urait.ru/bcode/559881</a>
9	Психология управления : учебник и практикум для вузов Е. В. Селезнева. Учебник Москва : Издательство Юрайт , 2025	URL : <a href="https://urait.ru/bcode/560532">https://urait.ru/bcode/560532</a>
10	Психология управления персоналом : учебник и практикум для вузов Т. Ю. Базаров. Учебник Москва : Издательство Юрайт, , 2025	URL : <a href="https://urait.ru/bcode/560022">https://urait.ru/bcode/560022</a>
11	Управление персоналом : учебник и практикум для вузов Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко Учебник Москва : Издательство Юрайт, , 2025	URL : <a href="https://urait.ru/bcode/559820">https://urait.ru/bcode/559820</a>
12	Психология управления : учебник и практикум для вузов Акимова, Ю. Н. Учебник Москва : Издательство Юрайт , 2025	URL : <a href="https://urait.ru/bcode/560156">https://urait.ru/bcode/560156</a>
13	Социология и психология управления : учебное пособие для вузов Ильин, Г. Л. Учебник Москва : Издательство Юрайт , 2024	URL : <a href="https://urait.ru/bcode/535841">https://urait.ru/bcode/535841</a>

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

Электронно-библиотечные системы

1. Официальный сайт РУТ (МИИТ) – <http://miit.ru/>
2. Электронно-библиотечная система РОАТ - <http://irbis.roatrut.ru>
3. Электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ - <http://library.miit.ru/>
4. Поисковые системы «Яндекс», «Google» для доступа к тематическим информационным ресурсам
5. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» - <http://e.lanbook.com/>
6. Электронно-библиотечная система [ibooks.ru](http://ibooks.ru/) - <http://ibooks.ru/>
7. Электронно-библиотечная система «BOOK.RU» - <http://www.book.ru/>

8. Электронно-библиотечная система «ZNANIUM.COM» - <http://www.znanium.com/>

9. Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» - <http://www.biblio-online.ru/>

10. Электронно-библиотечная система «Академия» – <http://academia-moscow.ru/>

поисковые системы,

Поисковые системы «Яндекс», «Google» для доступа к тематическим информационным ресурсам

Справочно-поисковые системы и порталы:

<http://garant.ru> - СПС "Гарант"

Сайт справочно-правовой системы «Консультант Плюс». - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).

Сайты:

официальные сайты Росстата ([www.gks.ru](http://www.gks.ru)), Банка России ([www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)), Росбизнесконсалтинга ([www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)).

Официальный сайт Государственной думы РФ. Режим доступа: <http://www.duma.gov.ru>.

<http://www.minfin.ru/> – официальный сайт Министерства финансов РФ;

.Официальный сайт министерства транспорта РФ (законодательные и нормативно-правовые акты) - <http://www.mintrans.ru/documents>

Институт комплексных стратегических исследований <http://www.icss.ac.ru/>

<http://www.rg.ru/oficial> - сайт "Российской газеты". Государственные документы, публикующиеся в газете (и на сайте): федеральные конституционные законы, федеральные законы (в том числе кодексы), указы Президента РФ, постановления и распоряжения Правительства РФ, нормативные акты министерств и ведомств (в частности приказы, инструкции, положения и т.д.).

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

Программное обеспечение позволяет выполнить все предусмотренные учебным планом виды учебной работы по дисциплине: теоретический курс, практические занятия, тестовые задания, ситуационные задачи и вопросы промежуточной аттестации по курсу.

Все необходимые для изучения дисциплины учебно-методические материалы размещены на сайте академии: <https://www.miit.ru/>.

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы:

- для проведения лекций, демонстрации презентаций и ведения интерактивных занятий: Microsoft Office 2003 и выше.

- для оформления отчетов и иной документации: Microsoft Office 2003 и выше.

- для выполнения практических заданий включает в себя специализированное прикладное программное обеспечение Консультант плюс, а также программные продукты общего применения

- для выполнения текущего контроля успеваемости: Браузер Internet Explorer 6.0 и выше.

- для самостоятельной работы: Браузер Internet Explorer 6.0 и выше, Microsoft Office 2003 и выше.

Для осуществления учебного процесса с использованием дистанционных образовательных технологий: операционная система Windows, Microsoft Office 2003 и выше, Браузер Internet Explorer 8.0 и выше с установленным Adobe Flash Player версии 10.3 и выше, Adobe Acrobat.

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

Освоение дисциплины осуществляется в оборудованных учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Учебные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (переносное мультимедийное оборудование, ноутбук), оборудованы меловыми и маркерными досками.

В процессе проведения занятий лекционного типа по дисциплине используются раздаточные демонстрационные материалы, презентации, учебно-наглядные пособия.

Также в процессе самостоятельной подготовки по дисциплине используются помещения для самостоятельной работы студентов, оборудованные персональными компьютерами с возможностью выхода в Интернет и электронную образовательную среду ВУЗа, и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Кабинеты оснащены следующим оборудованием, приборами и расходными материалами, обеспечивающими проведение предусмотренных учебным планом занятий по дисциплине:

- для проведения лекций и практических занятий: рабочее место студента со стулом, столом, рабочее место преподавателя со стулом, столом, доской, мелом или маркером.

- для выполнения текущего контроля успеваемости: рабочее место студента со стулом, столом, рабочее место преподавателя со стулом, столом.

- для проведения информационно - коммуникационных-интерактивных занятий (представления презентаций, графических материалов, видеоматериалов) требуется мультимедийное оборудование: проектор, компьютер, экран.

- для организации самостоятельной работы :рабочее место студента со стулом, столом, доступ в интернет.

Учебные аудитории соответствуют требованиям пожарной безопасности и охраны труда по освещенности, количеству рабочих (посадочных) мест студентов. Освещенность рабочих мест соответствует действующим СНиПам.

Технические требования к оборудованию для проведения учебного процесса с частичным использованием ДОТ: колонки, наушники или встроенный динамик (для участия в аудиоконференции); микрофон или гарнитура (для участия в аудиоконференции); веб-камера (для участия в видеоконференции); для ведущего: компьютер с процессором IntelCore 2 Duo от 2 ГГц (или аналог) и выше, от 2 Гб свободной оперативной памяти.

Для слушателя: компьютер с процессором IntelCeleron от 2 ГГц (или аналог) и выше, 1 Гб свободной оперативной памяти.

Технические требования к каналам связи: от 128 кбит/сек исходящего потока; от 256 кбит/сек входящего потока. При использовании трансляции рабочего стола рекомендуется от 1 мбит/сек исходящего потока (для ведущего).

При использовании трансляции рабочего стола рекомендуется от 1 мбит/сек входящего потока (для слушателя). Нагрузка на канал для каждого участника вебинара зависит от используемых возможностей вебинара. Так, если в вебинаре планируется одновременно использовать 2 видеотрансляции в конференции и одну трансляцию рабочего стола, то для слушателей рекомендуется от 1.5 мбит/сек входящего потока.

## 9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 4 семестре.

Курсовая работа в 4 семестре.

#### 10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

заведующий кафедрой, доцент, к.н.  
кафедры «Экономическая теория и  
менеджмент»

Ю.В. Панько

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭТМ РОАТ  
Председатель учебно-методической  
комиссии

Ю.В. Панько

С.Н. Климов