

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

16 сентября 2020 г.



Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Авторы Иванова Елена Алексеевна, к.т.н., доцент
Смирнова Жанна Владимировна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг на транспорте

Направление подготовки:	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Профиль:	Реклама и связи с общественностью в отрасли
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	очная
Год начала подготовки	2020

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 1 31 августа 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 1 31 августа 2020 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">Н.П. Терешина</p>
--	--

Рабочая программа учебной 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: 2575
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна
Дата: 31.08.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения специальной дисциплины «Маркетинг на транспорте» является приобретение теоретических знаний в области маркетинга услуг и транспортного маркетинга.

В соответствии с этим основными задачами дисциплины являются:

изучение специфики маркетинга услуг, в том числе транспортного маркетинга;

изучение терминологии транспортного маркетинга;

изучение методологии маркетинговых и рыночных исследований в сфере транспорта;

широкое изучение отечественного и зарубежного опыта использования принципов маркетинга для повышения качества и конкурентоспособности железнодорожного транспорта

определение эффективности мероприятий маркетинга на транспорте

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Маркетинг на транспорте" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

2.1.1. Основы маркетинга:

Знания: концепции маркетинга и хронологию их развития; систему функций маркетинга; состав системы маркетинговой информации; методы сбора маркетинговой информации; последовательность маркетингового планирования; возможные структуры управления маркетингом в организации; современное состояние и тенденции развития мирового и российского рынка, влияющие на маркетинговые решения

Умения: выполнять комплексный анализ организации и рынка ее деятельности; формировать основные элементы комплекса маркетинга; использовать маркетинговый инструментарий в практической деятельности коммерческого предприятия оценивать экономическую эффективность разработанных маркетинговых мероприятий

Навыки: использования комплекса маркетинга для достижения целей организации; разработки и реализации стратегии и тактики целевого маркетинга;

2.1.2. Основы менеджмента:

Знания: сущность и содержание менеджмента, его особенности, цели, задачи и функции; особенности управления в организации в современных условиях развития российской экономики; сущность и содержание эффективности менеджмента, ее взаимосвязь с эффективностью управленческой деятельности организации, основные подходы к ее оценке; эффективность проектной роли менеджера по управлению в организации, характер и содержание его труда, типы организаций и подходы к их формированию и развитию; содержание процесса управленческой деятельности и систему методов мотивации;

Умения: систематизировать и обобщать информацию о состоянии внутренней и внешней среды организации; выработать адекватные управленческие решения в области технологии, маркетинговые, организационные, социальные в ответ на изменения внешней и внутренней среды организации;

Навыки: специальной терминологией в области основ менеджмента; современной научной методологией исследования проблем менеджмента; навыками самостоятельного изучения учебной и научной литературы, материалов периодической печати по проблемам менеджмента, а также использования для этих целей современных образовательных технологий, в том числе дистанционного обучения и др.

2.1.3. Самоменеджмент:

Знания: теоретические основы и закономерности функционирования самоменеджмента, включая переходные процессы; принципы принятия и реализации экономических и управленческих решений.

Умения: выявлять проблемы экономического и управленческого характера при анализе конкретных ситуаций, самоанализе, предлагать способы их решения и оценивать ожидаемые результаты; тенденции саморазвития в сфере профессиональной деятельности;

Навыки: навыками самостоятельного получения новых знаний, используя современные образовательные технологии (мультимедийные, модульные и др.); навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере управления;

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Государственная итоговая аттестация

2.2.2. Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПКС-1 Способен разрабатывать программы мероприятий рекламы и связей с общественностью для решения проблем, целевых задач и успешного экономического развития организации и отрасли	ПКС-1.1 Выполняет изучение ситуации в организации и ее окружении, целевых аудиторий, особенностей их поведения и восприятия. ПКС-1.2 Учитывает при выборе формы и содержания рекламы и PR социально-экономические механизмы их влияния на деятельность организации и отрасли. ПКС-1.3 Осуществляет планирование и управление программами рекламы и PR при создании и реализации планов развития бизнеса. ПКС-1.4 Способен применять в профессиональной деятельности базовые решения с использованием средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 5
Контактная работа	64	64,15
Аудиторные занятия (всего):	64	64
В том числе:		
лекции (Л)	32	32
практические (ПЗ) и семинарские (С)	32	32
Самостоятельная работа (всего)	80	80
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗаО	ЗаО

4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР		Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	Раздел 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	4		6		12	22	
2	5	Раздел 2 Методы изучения транспортного рынка и формирование спроса на транспортные услуги	6		4		10	20	
3	5	Раздел 3 Разработка комплекса маркетинга на транспорте	4		4		12	20	ПК1, Опрос
4	5	Раздел 4 Коммуникационная политика на транспорте	4		4		10	18	
5	5	Раздел 5 Разработка рекламной кампании транспортной компании	4		4		12	20	
6	5	Раздел 6 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	4		6		12	22	ПК2, Опрос, решение заданий
7	5	Раздел 7 Определение эффективности мероприятий маркетинга на транспорте	6		4		12	22	ЗаО
8		Всего:	32		32		80	144	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 32 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	Сущность, принципы и функции общего маркетинга Концепции, виды и типы маркетинга Система маркетинговой деятельности на предприятии Проблемы и особенности маркетинга на транспорте	6
2	5	РАЗДЕЛ 2 Методы изучения транспортного рынка и формирование спроса на транспортные услуги	Маркетинговые обследования районов тяготения транспортных компаний Анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам Маркетинг пассажирских перевозок Методы формирования спроса на транспортные услуги	4
3	5	РАЗДЕЛ 3 Разработка комплекса маркетинга на транспорте	Анализ рыночных возможностей транспортных предприятий Определение транспортной обеспеченности и доступности Управление качеством транспортного обслуживания Использование логистики и новых технологий на транспорте Планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке	4
4	5	РАЗДЕЛ 4 Коммуникационная политика на транспорте	Фирменный стиль и его воздействие на потребителей транспортных услуг Рекламная деятельность на транспорте Другие неценовые методы стимулирования спроса на транспортные услуги	4
5	5	РАЗДЕЛ 5 Разработка рекламной кампании транспортной компании	Особенности разработки рекламных компаний транспортных компаний Рекламная стратегия транспортных компаний Бюджет рекламной компании Процесс и этапы рекламной компании Эффективность рекламной компании	4
6	5	РАЗДЕЛ 6 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Особенности ценовой политики Определение ценовой эластичности спроса на транспортные услуги Виды скидок и надбавок в системе транспортных тарифов	6
7	5	РАЗДЕЛ 7 Определение эффективности мероприятий маркетинга на транспорте	Показатели экономической эффективности мероприятий маркетинга Определение потока денежных средств и показателей коммерческой эффективности Экономическая эффективность маркетинговых мероприятий, не требующих капитальных вложений Методы определения экономической эффективности мероприятий маркетинга, требующих дополнительных инвестиций	4

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего ча- сов/ из них часов в интерак- тивной форме
1	2	3	4	5
ВСЕГО:				32/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Учебным планом не предусмотрено

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины "Маркетинг на транспорте" осуществляется в форме лекционных и практических занятий.

Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельности являются классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративными).

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Практический курс выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций, электронный практикум (компьютерное моделирование и практический анализ результатов); технологий, основанных на коллективных способах обучения, а также с использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, выполнение заданий курсовой работы. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение практических и ситуационных задач, выполнение заданий курсовой работы) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе (ДЛ- 3 Глава 1 и 2, ОЛ – 1 стр.6-31)	12
2	5	РАЗДЕЛ 2 Методы изучения транспортного рынка и формирование спроса на транспортные услуги	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе (ДЛ- 3 Глава 3, ОЛ. ОЛ 2 – Глава 10 (10.1 и 10.2) Изучение теоретического контента	10
3	5	РАЗДЕЛ 3 Разработка комплекса маркетинга на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе (ДЛ- 3 Глава 7) . Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	12
4	5	РАЗДЕЛ 4 Коммуникационная политика на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе (ДЛ- 3 Глава 9)	10
5	5	РАЗДЕЛ 5 Разработка рекламной кампании транспортной компании	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе (ДЛ- 4 Раздел 5, 8, 12, 16, 18). Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	12
6	5	РАЗДЕЛ 6 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе (ДЛ- 3 Глава 8, ОЛ – 1 стр.201 – 220)	12
7	5	РАЗДЕЛ 7 Определение эффективности мероприятий маркетинга на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Изучение электронного теоретического контента, тестирование. Выполнение индивидуального или группового домашнего задания	12
ВСЕГО:				80

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Маркетинг на транспорте : учебное пособие	Л. Н. Клепцова.	Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2019 Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/133870 (дата обращения: 02.06.2020)	Все разделы
2	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата	С. В. Карпова [и др.]	Издательство Юрайт, 2019 Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433737 (дата обращения: 02.06.2020).	Все разделы

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Транспортный маркетинг: учебник.–	Под ред. В.Г. Галабурды.	ФГОУ УМЦ ЖДТ, 2011 http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/	Все разделы
4	Интернет-маркетинг и реклама	А.Н.Старкова, Е.В.Сторожева	ФЛИНТА, 2017 Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/reader/book/104929/#2	Все разделы
5	Маркетинг на транспорте. Учебно-методическое пособие для бакалавров	Иванова Е.А., Соколов Ю.И., Лавров И.М., Смирнова Ж.В.	РУТ(МИИТ), , 2020 http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/	Все разделы

8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/ (Электронная библиотека ИЭФ)
<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))
<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))
<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))
<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине не требуется наличие специализированного лицензионного ПО.

В образовательном процессе применяются следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения лекционных занятий необходима специализированная лекционная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе.

Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого преподавателем материала. Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению теоретических курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных теоретических положений, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке магистра важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ анализа экономической среды международного бизнеса, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий.

Подготовка устных докладов и презентационных материалов по тематике курса: закрепление и углубление знаний, полученных на занятиях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с учебным материалом на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачету, тестирования, подготовка устных докладов и презентационных материалов по тематике курса, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная литература.