

**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  
27.04.05 Инноватика,  
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)  
Тимониным В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Маркетинговые стратегии цифровой транспортной компании**

Направление подготовки: 27.04.05 Инноватика

Направленность (профиль): Аналитика для цифровой трансформации на транспорте

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: 2221  
Подписал: заведующий кафедрой Тарасова Валентина  
Николаевна  
Дата: 01.06.2022

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

Формирование компетенций в области, необходимых для проведения маркетинговых исследований на основе современных интеллектуальных технологий, организации маркетинговой деятельности в условиях цифровой экономики, а также продвижения транспортно-логистических услуг и сопутствующих продуктов и сервисов в Интернете.

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

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

**ПК-8** - Способность осуществлять планирование, организацию, координацию и мониторинг реализации инновационного проекта в организации;

**ПК-9** - Способность организовать управление инновационной деятельностью в организации.

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

### **Знать:**

- основные средства и инструменты маркетинговых исследований;
- продвижения и продаж транспортно-логистических услуг и сопутствующих продуктов и сервисов в Интернете;
- инструменты лидогенерации;
- SEO – оптимизации, аналитики данных и повышения конверсии.

### **Уметь:**

- обосновывать рациональный выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации;
- настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики в цифровой среде.

### **Знать:**

- экономические интересы стейкхолдеров в процессе цифровизации и цифровой трансформации транспортных систем различного уровня;
- базовые концепции и методологию управления финансированием цифровых инноваций, нацеленную на рост капитализации организации;
- зависимость стоимости капитала от времени; концепцию упущенной выгоды;

- основные финансовые формы отчетности в контексте инновационных преобразований;
- понятие финансовых потребностей проекта цифровизации и цифровой трансформации и финансового потенциала транспортного бизнеса;
- принципы формирования эффективной политики привлечения кредитных ресурсов в цифровые инновации;
- методологию управления собственными средствами, внутренними и внешними источниками финансирования транспортного бизнеса;
- критерии оптимизации финансовой структуры капитала (источников финансирования).

**Владеть:**

- современными интеллектуальными инструментами маркетинговых исследований и маркетинговой деятельности для продвижения транспортно-логистических услуг и сопутствующих продуктов и сервисов в условиях цифровой экономики.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 з.е. (72 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 56 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	Маркетинговые исследования в цифровой экономике Рассматриваемые вопросы: - поведение потребителей в Интернете; - анализ интернет-магазинов и приложений; - маркетинговая аналитика; - современные аналитические инструменты маркетинга и их использование в процессе цифровизации и цифровой трансформации транспортных систем различного уровня.
2	Интернет-маркетинг: теория и практика Рассматриваемые вопросы: - виды рекламы и рынка; - контекстная реклама; - таргетированная реклама и реклама в социальных сетях; - виды рекламы и рынка; - особенности рынка транспортно-логистических услуг; - медийная и видео-реклама; - SEO.
3	Стратегии цифрового маркетинга Рассматриваемые вопросы: - задачи транспортного бизнеса в Интернете; - анализ и сегментация целевой аудитории; - анализ конкурентов; - сайты для бизнеса; - юзабилити-анализ; - маркетинг в социальных медиа; - роль контент-маркетинга в продвижении; - информационный стиль; - коммуникационная стратегия продвижения в социальных сетях.

##### 4.2. Занятия семинарского типа.

###### Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Маркетинговые исследования в цифровой экономике Рассматриваемые вопросы: - анализ рынка транспортно-логистических услуг в условиях цифровой экономики;

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	- бенчмаркинг и интеллектуальные инструменты его проведения.
2	Интернет-маркетинг: теория и практика Рассматриваемые вопросы: - комплекс маркетинга в условиях цифровой экономики; - сетевые технологии позиционирования и продвижения транспортно-логистических услуг.
3	Стратегии цифрового маркетинга Рассматриваемые вопросы: - маркетинговая политика в условиях цифровизации и цифровой трансформации транспортного бизнеса; - интеграция функций маркетинга в цифровой транспортный бизнес.

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к промежуточной аттестации
2	Подготовка к текущему контролю
3	Подготовка к промежуточной аттестации.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации Л.А. Данченко СПб.: Питер , 2013	

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

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>);

Официальный сайт Минтранса России (<https://mintrans.gov.ru/>);

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru/>);

Информационный портал Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ([www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru));

Образовательная платформа «Открытое образование» (<https://openedu.ru>).

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

1. Microsoft Internet Explorer (или другой браузер);
2. Операционная система Microsoft Windows;
3. Microsoft Office;
4. При проведении занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, могут применяться следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ), Microsoft Teams, электронная почта, скайп, WhatsApp и т.п.

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

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащенные компьютерной техникой и наборами демонстрационного оборудования.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 4 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

В.Н. Тарасова

Согласовано:

Заведующий кафедрой УИТ

В.Н. Тарасова

Председатель учебно-методической  
комиссии

С.В. Володин