

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: 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: 2221
Подписал: заведующий кафедрой Тарасова Валентина
Николаевна
Дата: 01.06.2025

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-1 - Способность управлять портфелем ИТ-продуктов и подразделением управления ИТ-продуктами;

ПК-2 - Способность управлять единой информационной средой организации, региона, страны;

ПК-3 - Способность управлять цифровой трансформацией организации, региона, страны;

ПК-4 - Способность планировать разработку и постановку производства, способностью использовать методы проектирования в области производства;

ПК-5 - Способность осуществлять стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей;

ПК-6 - Способность организовать исследования и разработку перспективных методов, моделей и механизмов организации планирования производства.

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

Знать:

- принципы организации рыночных исследований;
- теория портфельного управления в области ИТ;
- международные и отечественные стандарты, лучшие практики и фреймворки по управлению портфелями проектов;
- международные и отечественные стандарты, лучшие практики и фреймворки по управлению портфелями ИТ-проектов;
- принципы повышения ценности ИТ;

- организация взаимодействия с широким кругом стейкхолдеров по вопросам цифровой трансформации;
- предметная область и специфика деятельности организации в объеме, достаточном для решения задач бизнес-анализа;
- маркетинг и особенности ценообразования на рынке трансфера технологий;
- маркетинг и принципы ценообразования на РИД и инновационную продукцию;
- методика определения рыночной стоимости фирменного наименования;
- методика определения рыночной стоимости товарных знаков, знаков обслуживания, наименования мест происхождения товаров и коммерческих обозначений;
- методика оценки рыночной стоимости фирменного наименования;
- основы маркетинга в части, касающейся определения конъюнктуры рынка применительно к группе товаров и географическим регионам.

Уметь:

- создавать концепции новых ИТ продуктов;
- организовывать исследования рынков;
- управлять жизненным циклом продукта;
- осуществлять руководство управлением портфелями ИТ-проектов;
- организовывать деятельность по непрерывному улучшению управления портфелями ИТ-проектов;
- выявлять потребности и интересы руководства в ИТ;
- организовывать эффективные коммуникации с широким кругом стейкхолдеров;
- планировать, организовывать и проводить встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами;
- использовать техники эффективных коммуникаций;
- анализировать конкурентные преимущества продукции и ее потенциальную востребованность рынком;
- определять ценообразующие факторы инновационной продукции;
- анализировать сегменты рынка, на которых предполагается обращение инновационной продукции и услуг;
- оценивать коммерческий потенциал инновационного проекта;
- определять рыночную стоимость фирменного наименования, товарных знаков, знаков обслуживания, наименования мест происхождения товаров и коммерческих обозначений.

Владеть:

- формирование задачи по исследованию новых рынков;
- постановка задачи по исследованию рынков подчиненным, коллегам и подрядчикам;
- контроль хода выполнения исследований;
- прием результатов исследований;
- передача результатов исследований руководителям линеек ИТ продуктов для использования в задачах их развития;
- контроль показателей успешности ИТ продуктов портфеля;
- перераспределение позиционирования, свойств и бюджетов между ИТ продуктами портфеля;
- исключение ИТ продуктов из портфеля организации;
- формирование и согласование принципов управления портфелями ИТ-проектов;
- выявление потребностей и интересов руководства в ИТ;
- лидерство в управлении взаимоотношениями с широким кругом стейкхолдеров;
- анализ продуктовых ниш с учетом тенденций развития технологий и анализ потребительской среды;
- разработка продуктовой стратегии, основанной на продуктах, имеющих наилучшие рыночные перспективы;
- установление требований к продукции и ранжирование их по степени значимости для потребителей;
- прогнозирование цены конечной инновационной продукции;
- анализ логистических цепочек, сбытовых сетей;
- определение наиболее перспективных рынков сбыта инновационной продукции, в том числе на основе патентной информации;
- оценка коммерциализуемости инновационных проектов;
- определение рыночной стоимости фирменного наименования;
- определение рыночной стоимости товарных знаков, знаков обслуживания, наименования мест происхождения товаров и коммерческих обозначений.

3. Объем дисциплины (модуля).**3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).**

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 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 №3
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	32	32
В том числе:		
Занятия семинарского типа	32	32

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 76 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.

Лабораторные работы

№ п/п	Наименование лабораторных работ / краткое содержание
1	Маркетинговые исследования в цифровой экономике Рассматриваемые вопросы: - анализ рынка транспортно-логистических услуг в условиях цифровой экономики; - бенчмаркинг и интеллектуальные инструменты его проведения. Формируемые компетенции: ПК-1, ПК-4, ПК-6 Формируемые индикаторы: ПК-1-И-1 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания:

№ п/п	Наименование лабораторных работ / краткое содержание
	ПК-1-И-1-Д-7-З Умения: ПК-1-И-1-Д-7-У Владения: ПК-1-И-1-Д-1-В ПК-1-И-1-Д-2-В Количество часов на индикатор: 4 Формируемые индикаторы: ПК-4-И-1 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-4-И-1-Д-18-З Умения: ПК-4-И-1-Д-5-У Количество часов на индикатор: 2 Формируемые индикаторы: ПК-6-И-1 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-6-И-1-Д-34-З Владения: ПК-6-И-1-Д-5-В Количество часов на индикатор: 4
2	Интернет-маркетинг: теория и практика Рассматриваемые вопросы: - комплекс маркетинга в условиях цифровой экономики; - сетевые технологии позиционирования и продвижения транспортно-логистических услуг. Формируемые компетенции: ПК-2, ПК-3, ПК-5 Формируемые индикаторы: ПК-2-И-3 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-2-И-3-Д-8-З Умения: ПК-2-И-3-Д-4-У Владения: ПК-2-И-3-Д-1-В Количество часов на индикатор: 2 Формируемые индикаторы: ПК-2-И-5 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-2-И-5-Д-8-З Умения: ПК-2-И-5-Д-4-У Владения: ПК-2-И-5-Д-1-В Количество часов на индикатор: 2 Формируемые индикаторы: ПК-3-И-5 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-3-И-5-Д-8-З Умения: ПК-3-И-5-Д-5-У Количество часов на индикатор: 4

№ п/п	Наименование лабораторных работ / краткое содержание
	Формируемые индикаторы: ПК-5-И-1 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-5-И-1-Д-24-3 Умения: ПК-5-И-1-Д-12-У Владения: ПК-5-И-1-Д-4-В ПК-5-И-1-Д-8-В Количество часов на индикатор: 4
3	Стратегии цифрового маркетинга Рассматриваемые вопросы: - маркетинговая политика в условиях цифровизации и цифровой трансформации транспортного бизнеса; - интеграция функций маркетинга в цифровой транспортный бизнес. Формируемые компетенции: ПК-3, ПК-4, ПК-5 Формируемые индикаторы: ПК-3-И-5 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-3-И-5Д-8-3 Умения: ПК-3-И-5-Д-5-У Владения: ПК-3-И-5-Д-2-В Количество часов на индикатор: 4 Формируемые индикаторы: ПК-4-И-1 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-4-И-1-Д-18-3 Умения: ПК-4-И-1-Д-5-У Количество часов на индикатор: 2 Формируемые индикаторы: ПК-5-И-1 Планируемые результаты обучения выпускников: Знания: ПК-5-И-1-Д-24-3. Умения: ПК-5-И-1-Д-12-У. Владения: ПК-5-И-1-Д-4-В Количество часов на индикатор: 4

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.

4	Подготовка к текущему контролю.
---	---------------------------------

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	https://znanium.ru/catalog/document?id=471422
2	Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг-менеджмент. — 15-е изд. — СПб.: Питер, 2022. Котлер Ф., Келлер К.Л. Учебник СПб.: Питер , 2022	https://library.miit.ru/ (Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ), электронный каталог)
3	Чуносков А. В. Цифровой маркетинг: учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2023. Чуносков А. В. Учебное пособие М.: ИНФРА-М , 2023	https://www.infra-m.ru/ru-RU/products/tsifrovoy-marketing

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);

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 3 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

А.Б. Володин