

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 бакалавриата
по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Международный транспортный маркетинг

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Международный бизнес и менеджмент

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: 1054949
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Кокорев Игорь
Анатольевич
Дата: 21.04.2025

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Цель обучения по дисциплине «Международный транспортный маркетинг» – формирование у обучающегося комплекса знаний в области управления инновационным процессом на предприятии и определенных навыков аналитической, диагностической и проектной работы в области организационной инноватики.

Задачи изучения дисциплины «Международный транспортный маркетинг»:

- усвоение современных теоретических представлений о международном маркетинге;
- овладение основами методологии и методики в области международного маркетинга;
- приобретение базовых навыков практической работы в области международного маркетинга.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-2 - Способен анализировать влияние изменений факторов внешней и внутренней среды на производственные и финансово-экономические показатели компании, структурных подразделений, а также разрабатывать рекомендации по внедрению мероприятий для повышения устойчивости компании;

ПК-3 - Способен анализировать влияние изменения внешней и внутренней среды на эффективность бизнес-процессов компании и условия согласования интересов бизнес-субъектов цепочки создания ценности, оценивать уровень использования резервов потенциала компании и путей его развития;

ПК-5 - Способен оценивать уровень конкурентоспособности продукции/услуг/компании на различных этапах ее жизненного цикла, выявлять потенциальные риски хозяйственной деятельности на различных географических сегментах отраслевых рынков, разрабатывать и реализовывать проекты по снижению финансово-экономических и производственных рисков.

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

Знать:

- подходы к оценке уровня конкурентоспособности продукции/услуг/компании в условиях действия высокодинамичной среды.
- подходы к управлению стейкхолдерами, методы выявления резервов потенциала компании и стратегии развития.
- модели жизненного цикла продукта, матрица БКГ, модель Портера, KPI-анализ.

Уметь:

- оценивать уровень конкурентоспособности продукции/услуг/компании
- применять инструменты анализа данных для диагностики эффективности бизнес-процессов, моделирования сценариев влияния внешних и внутренних факторов и оценки рисков.
- применять инструменты анализа данных для диагностики конкурентоспособности, моделирования сценариев развития рынка и оценки рисков в разных географических сегментах.

Владеть:

- методами по повышению конкурентоспособности продукции/услуг/компании на различных фазах жизненного цикла.
- умением применять подходы к рациональному распределению финансовых, человеческих и технологических ресурсов, а также интеграции ESG-принципов и цифровых технологий.
- умением разрабатывать и реализовывать проекты снижения рисков.

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 №7
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32

Занятия семинарского типа	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 60 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	Сущность международного маркетинга в транспортном менеджменте Рассматриваемые вопросы: Особенности маркетинга транспортных услуг. Специфика ВЭД в логистике. Этапы интернационализации транспортных компаний. Структура мировых транспортных рынков (морские, железнодорожные, авиаперевозки, мультимодальные коридоры).
2	Маркетинговая среда международного транспортного бизнеса Рассматриваемые вопросы: Влияние макроэкономических факторов на транспортные коридоры. Нормативно-правовое регулирование международных перевозок. Торговые барьеры и их воздействие на логистические цепочки. Оценка рисков для транспортных операторов.
3	Конкурентоспособность транспортной компании на внутреннем и внешнем рынках Рассматриваемые вопросы: Показатели конкурентоспособности транспортных услуг. Влияние поведения грузовладельцев на стратегию перевозчика. Методы бенчмаркинга транспортных операторов.
4	Изучение международных транспортных рынков Рассматриваемые вопросы: Анализ грузопотоков и провозных мощностей. Изучение потребностей клиентов в мультимодальных решениях. Оценка ёмкости рынков транзитных перевозок.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
5	<p>Стратегии выхода транспортной компании на международный рынок</p> <p>Рассматриваемые вопросы: Сравнительный анализ форм присутствия: представительства, совместные предприятия в логистике, франчайзинг экспедиторских услуг. Лицензирование транспортных технологий. Экономическое обоснование создания международных логистических альянсов. Управление рисками при освоении новых направлений.</p>
6	<p>Формы международного присутствия транспортных корпораций</p> <p>Рассматриваемые вопросы: Транснациональные логистические операторы и их стратегии. Глобальные альянсы в судоходстве и авиаперевозках. Особенности мультинациональных транспортных холдингов.</p>
7	<p>Маркетинговый комплекс для транспортных услуг на международном рынке</p> <p>Рассматриваемые вопросы: Товарная стратегия: разработка логистических продуктов и сервисных пакетов; ценообразование в международных перевозках. Каналы дистрибуции транспортных услуг. Коммуникационная стратегия и продвижение транспортных решений. Интеграция цифровых платформ и ESG-принципов.</p>
8	<p>Формирование международных транспортно-логистических сетей</p> <p>Рассматриваемые вопросы: Факторы выбора каналов сбыта транспортных услуг. Особенности продвижения отечественных транспортных решений за рубежом. Цифровизация маркетинга в логистике. Формирование спроса на основе анализа структуры транспортных рынков и конкурентной среды.</p>

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Концепции международного маркетинга в транспортной отрасли</p> <p>В результате выполнения практического задания студент получит понимание отличий маркетинга услуг от маркетинга транспортных решений.</p>
2	<p>Особенности выхода транспортной фирмы на внешний рынок</p> <p>В результате выполнения практического задания студент получит знания по разработке алгоритма выхода логистического оператора на новый географический рынок с оценкой регуляторных и инфраструктурных ограничений.</p>
3	<p>Маркетинговые исследования транспортных рынков</p> <p>В результате выполнения практического задания студент научится применять методы анализа грузопотоков, тарифных корреляций и конкурентного позиционирования перевозчиков.</p>
4	<p>Сегментация международного транспортного рынка</p> <p>В результате выполнения практического задания студент получит навыки сегментации по типам грузов, направлениям, видам транспорта и требованиям клиентов к сервису.</p>
5	<p>Стратегии интернационализации транспортных компаний</p> <p>В результате выполнения практического задания студент получит навыки по сравнительному анализу моделей партнёрства: совместные предприятия, альянсы, франчайзинг в экспедировании.</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
6	Свободные экономические зоны как инструмент развития транспортных хабов В результате выполнения практического задания студент научится анализировать роли СЭЗ и портовых особых зон в формировании международных логистических узлов.
7	Ценообразование в международном транспортном маркетинге В результате выполнения практического задания студент изучит расчёты структуры экспортного тарифа, анализ фрахтовых ставок и применение методов ценообразования в логистике.
8	Цифровой маркетинг в транспортных услугах: возможности IoT и платформенных решений В результате выполнения практического задания студент изучит инструменты цифрового продвижения транспортных сервисов.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом и литературой
3	Подготовка презентаций на заданную преподавателем тему
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.]; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17118-1. — Текст: электронный.	ЭБС Юрайт [сайт] — URL: https://urait.ru/bcode/532412 (дата обращения: 26.02.2024)
2	Диденко, Н. И. Международный маркетинг: учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — Текст: электронный.	ЭБС Юрайт [сайт] — URL: https://urait.ru/bcode/535770 (дата обращения: 26.02.2024)
3	Международный маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст: электронный.	ЭБС Юрайт [сайт] — URL: https://urait.ru/bcode/536209 (дата обращения: 26.02.2024)

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

1. Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) - <http://library.miit.ru/>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU - <https://elibrary.ru/>
3. Поисковые системы: Yandex - <https://ya.ru/> , Mail - <https://mail.ru/>
4. Сервис информационной рассылки новых публикаций по экономике (New Economics Papers) - <http://nep.repec.org/>

Данная почтовая рассылка дает возможность следить за последними научными публикациями по экономике, изданными в RePEc, а также за новыми исследованиями в различных сферах этой науки. Пользователь может самостоятельно выбрать тему для рассылки.

5. Образовательная платформа Юрайт — <https://urait.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), электронная почта и т.п.

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

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет".

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 7 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

доцент, к.н. кафедры
«Международный бизнес»

Е.Е. Рассказова

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой МБ

И.А. Кокорев

Председатель учебно-методической
комиссии

В.В. Васильчев