

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
38.03.02 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: 11.06.2026

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 и путей ее развития;

ПК-4 - 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, КРІ-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.
5	Стратегии выхода транспортной компании на международный рынок 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.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
6	Формы международного присутствия транспортных корпораций Рассматриваемые вопросы: Транснациональные логистические операторы и их стратегии. Глобальные альянсы в судоходстве и авиаперевозках. Особенности мультинациональных транспортных холдингов.
7	Маркетинговый комплекс для транспортных услуг на международном рынке 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.
8	Формирование международных транспортно-логистических сетей 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.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

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

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	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, 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