

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
38.03.01 Экономика,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Поведение потребителей на рынке транспортных услуг

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль): Экономика транспортного и логистического
бизнеса

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: 4329
Подписал: заведующий кафедрой Шкурина Лидия
Владимировна
Дата: 13.07.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью дисциплины является формирование у обучающихся способности научно обоснованного анализа потребительского поведения на рынках, включая транспортный, и использованию его результатов для принятия управленческих решений.

Задачами дисциплины являются:

формирование у обучающегося способности выполнять анализ мотивов, моделей экономического поведения потребителей транспортных услуг (хозяйствующих субъектов и физических лиц), интерпретировать действия экономических субъектов; использовать полученные данные для принятия оптимальных и экономически обоснованных управленческих и маркетинговых решений на транспорте.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ОПК-2 - Способен понимать устройство и историю развития транспортной системы;

ОПК-4 - Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач.

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

Владеть:

- технологиями сбора, оцифровки и статистической обработки данных социологических опросов для измерения уровня удовлетворенности и отношения потребителей к бренду транспортной компании;

- методами и методиками прогнозирования изменения поведения потребителей на основе анализа планов развития транспортной инфраструктуры и учета историко-структурных особенностей транспортной системы;

- инструментами оценки влияния современных трендов развития транспортной системы;

- методиками цифрового маркетингового анализа.

Знать:

- современные тренды развития транспортной системы (цифровизация, экологичность, концепция MaaS, мультимодальность) и их влияние на

поведение потребителей.

- принципы работы с большими данными (Big Data) и методы анализа цифрового следа потребителей на транспортном рынке (анализ геоданных, телематики, отзывов, истории заказов).

Уметь:

- оценивать потенциал внедрения новых видов транспортных сервисов (каршеринг, высокоскоростные магистрали) с позиции готовности потребителей к их использованию.

- проводить цифровой маркетинговый анализ (парсинг отзывов, анализ тональности, А/В тестирование тарифов) с использованием веб-сервисов и программных средств для оценки удовлетворенности потребителей.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 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):	12	12
В том числе:		
Занятия лекционного типа	4	4
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 132 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	Потребители транспортного рынка: классификация, особенности и маркетинг Рассматриваемые вопросы: Определение и специфика поведения потребителей на транспортном рынке (B2C и B2B). Классификация потребителей по доходам, стилю жизни и ценностному полю. Типология потребителей на рынках грузовых и пассажирских перевозок. Особенности поведения российских потребителей.
2	Факторы и психологические детерминанты поведения потребителей Рассматриваемые вопросы: Внешняя среда (социум, культура, референтные группы). Психология потребителя: восприятие, мотивация, эмоции, стереотипы. Психологические детерминанты выбора транспортных услуг. Формирование удовлетворенности качеством транспортного обслуживания и методы ее оценки.
3	Модели потребительского поведения и принятия решений Рассматриваемые вопросы: Процесс разработки и классификация моделей поведения. Процесс принятия решения о покупке транспортных услуг. Стимулы спонтанных покупок. Типы закупочных ситуаций и организационное потребление на транспорте (B2B). Модели в зависимости от интенсивности и длительности принятия решений.
4	Математические модели выбора и восприятия маркетинговой информации. Рассматриваемые вопросы: Экспликативные модели выбора. Компенсаторная и некомпенсаторная модели Фишбеина. Стратегии принятия решений по Дж. Беттману. Модели восприятия бренда, имидж транспортной компании. Влияние цены и качества на выбор. Формирование маркетинговых коммуникаций.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Стратегический анализ потребительского поведения и экономических моделей на транспортном рынке. Формат: разбор комплексного кейса. Обоснование продуктовой стратегии транспортной компании на основе анализа мегатрендов (MaaS, мультимодальность). Применение базовых экономических моделей для прогнозирования поведения потребителей в зависимости от уровня их вовлеченности и рациональности.
2	Психологические детерминанты и оценка восприятия бренда транспортной компании. Формат: аналитический практикум. Разработка профиля целевой аудитории (психотипы, ценностное поле). Практическое построение и анализ многомерных карт восприятия услуг транспортных компаний. Интерпретация рыночных ассоциаций бренда на основе данных опросов.
3	Математическое моделирование потребительского выбора транспортных услуг. Формат: расчетно-аналитический практикум. Применение многофакторных моделей для обоснования управленческих решений. Расчет средневзвешенных оценок по компенсаторной и модифицированной

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	моделям Фишбейна. Применение метода «идеальной точки» для позиционирования нового транспортного продукта.
4	Геодемографический анализ и цифровые инструменты исследования транспортного рынка. Формат: компьютерный практикум / защита мини-проектов. Оценка зоны притяжения транспортного узла с использованием закона Рейли и модели вероятностного выбора Хаффа. Интерпретация результатов цифрового маркетингового анализа (парсинг отзывов, анализ тональности) для корректировки маркетинговых коммуникаций.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Работа с литературой.
2	Подготовка к промежуточной аттестации.
3	Подготовка к промежуточной аттестации.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/585402
2	Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения : учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589548
3	Иванова Е.А., Соколов Ю.И., Лавров И.М., Шлеин В.А., Чуверина О.Г. Поведение потребителей: учебное пособие. – М.: РУТ (МИИТ) – 2023. – 147 с. - текст электронный	https://library.miit.ru/bookscatalog/upos/DC-
4	Соколов, Ю.И. Поведение потребителей на транспортном рынке : учебное пособие / И. М. Лавров, Е. А. Иванова, О. Г. Чуверина, Ю. И. Соколов. — Москва : УМЦ ЖДТ, 2025. — 256 с. — 978-5-907836-29-7. —	УМЦ ЖДТ : электронная библиотека. — URL: https://umczt.ru/books/1196/296787

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/>).

Научно-техническая библиотека РОАТ РУТ (МИИТ) (<http://irbis.roatrut.ru/jirbis2/>).

Электронная библиотека учебно-методического центра по образованию на железнодорожном транспорте - <http://umczdt.ru>

Поисковые системы "Яндекс", "Google" для доступа к тематическим информационным ресурсам

Справочно-правовая система "Гарант" - <http://garant.ru>

Справочно-правовая система "Консультант Плюс". - <http://consultant.ru>.

Официальный сайт Правительства РФ - <http://government.ru>

Официальный сайт Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru/minec/main>

Официальный сайт министерства транспорта РФ - <http://www.mintrans.ru/>

Федеральная служба государственной статистики (<http://rosstat.gov.ru>)

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

Браузеры:

- Яндекс.Браузер,
- Google Chrome,
- Mozilla Firefox;

Офисный пакет Microsoft Office 2003 и выше.

Свободно распространяемые офисные пакеты:

- LibreOffice,
- OnlyOffice,
- OpenOffice;

Программы для чтения PDF:

- Adobe Acrobat Reader,
- Foxit Reader.

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

Учебные аудитории для проведения занятий соответствуют требованиям охраны труда по освещенности, количеству рабочих (посадочных) мест студентов и качеству учебной (аудиторной) доски, а также соответствуют условиям пожарной безопасности. Освещённость рабочих мест соответствует действующим СНИПам.

Учебные аудитории для проведения лекций, практических занятий, выполнения курсовых работ (проектов) и контрольных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (переносной мультимедийный проектор, переносной компьютер).

Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (презентации, графические материалы, видеоматериалы). Для проведения практических занятий используется раздаточный материал.

Для организации самостоятельной работы имеется помещение, оснащенное компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Технические требования к оборудованию для осуществления учебного процесса с использованием дистанционных образовательных технологий:

колонки, наушники или встроенный динамик (для участия в аудиоконференции); микрофон или гарнитура (для участия в аудиоконференции); веб-камеры (для участия в видеоконференции);

для ведущего: компьютер с процессором Intel Core 2 Duo от 2 ГГц (или аналог) и выше, от 2 Гб свободной оперативной памяти.

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:

доцент, к.н. кафедры «Экономика и
управление на транспорте»

О.Г. Чуверина

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭИФ

Л.В. Шкурина

Председатель учебно-методической
комиссии

С.Н. Климов