МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ)

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Поведение потребителей на транспортном рынке

Направление подготовки: 38.03.02 – Менеджмент

Направленность (профиль): Менеджмент организации

Форма обучения: Заочная

Общие сведения о дисциплине (модуле).

Цель дисциплины «Поведение потребителей на транспортном рынке»

Формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических компетенций в области анализа, прогнозирования и управления поведением потребителей (пассажиров и грузовладельцев) на рынке транспортных услуг для принятия эффективных маркетинговых и операционных решений.

Задачи дисциплины

- изучить фундаментальные теории потребительского поведения и специфику их проявления в транспортной сфере;
- раскрыть влияние внешних (культурных, социальных, экономических) и внутренних (мотивационных, перцептивных, психографических) факторов на выбор видов и форматов перевозок;
- освоить модели процесса принятия решения потребителем в условиях цифровизации и высокой вариативности транспортного предложения;
- сформировать навыки оценки удовлетворённости, лояльности, клиентского опыта и постпокупочных реакций на транспортные услуги;

- развить умения сегментировать рынок, разрабатывать программы лояльности и строить карты пути клиента (CJM) для транспортных компаний;

- проанализировать современные тренды (шеринг-экономика, MaaS, экопотребление, беспилотный транспорт) и их влияние на потребительские паттерны.

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 з.е. (108 академических часа(ов).