

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
23.04.01 Технология транспортных процессов,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Рынок транспортно - логистических услуг

Направление подготовки: 23.04.01 Технология транспортных процессов

Направленность (профиль): Мультимодальные логистические комплексы

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: 8890
Подписал: заведующий кафедрой Вакуленко Сергей
Петрович
Дата: 21.06.2024

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения учебной дисциплины «Рынок транспортно-логистических услуг» - является изучение студентами теоретических и практических основ управления маркетинговой стратегией деятельности хозяйствующих субъектов в условиях рынка с учетом особенностей экономики России.

Основной целью изучения учебной дисциплины является формирование у обучающегося компетенций необходимых при подготовке к самостоятельной практической работе в сфере экономики, бизнеса, управления рынком. А также приобрести навыки владения современными концепциями, методами, стратегиями маркетинга и их прикладного использования при решении конкретных вопросов.

Дисциплина предназначена для получения профессиональных и практических знаний в области основ экономических наук, которые направлены на решение широкого круга прикладных задач возникающих в процессе управления хозяйствующим субъектом.

Задачи дисциплины направлены на подготовку к профессиональной деятельности бакалавра.

В ходе изучения дисциплины ставятся следующие задачи:

- дать теоретические основы, важнейшие понятия, базовые концепции, принципы организации и управления маркетинговой деятельностью хозяйствующих субъектов;

- показать основные возможности применения современных подходов, методов и стратегий управления рынком, а также особенности их применения в России;

- сформировать практические навыки решения типовых задач маркетинговой деятельности, управления маркетинговыми коммуникациями, т.е. рекламными компаниями, публичными рилейшнз, стимулированием сбыта и личными продажами;

- овладеть организационно-управленческой деятельностью: участие в разработке вариантов управленческих решений, обосновании их выбора на основе критериев финансовой и экономической эффективности с учетом рисков и возможных последствий принимаемых решений;

- сформировать знание разработки и реализации маркетинговой стратегии, комплекса и программ маркетинга (ценовой, товарной, коммуникационной, сбытовой политики);

- ознакомить с практическими технологиями разработки новых продуктов, товаров и услуг, технологиями бренд-менеджмента и особенностями международного маркетинга.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ОПК-2 - Способен принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности;

ОПК-3 - Способен управлять жизненным циклом инженерных продуктов с учетом экономических, экологических и социальных ограничений;

ПК-9 - Способен применять знания российского и международного рынков, законодательства, специфики портов, терминалов и стандартов перевозок для организации оптимальных условий доставки груза;

ПК-12 - Способностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

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

Знать:

теоретические основы, важнейшие понятия, базовые концепции, принципы организации и управления маркетинговой деятельностью хозяйствующих субъектов

Уметь:

оценивать экономическую эффективность управленческих решений и определять основные факторы внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на состояние и перспективы развития организаций.

Владеть:

навыками разработки программ создания доступной среды на объектах транспорта для безбарьерного обслуживания пассажиров из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

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 №2
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
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 96 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	МАРКЕТИНГ КАК КОНЦЕПЦИЯ РЫ-НОЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ Основные вопросы, рассматриваемые в лекции: - Сущность маркетинга. - Эволюция маркетинга. - Особенности применения маркетинга в России. - Антикризисный маркетинг.
2	ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА Основные вопросы, рассматриваемые в лекции: - Организационные направления развития и совершенствования концепции маркетинга.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	- Формирование (проектирование) оргструктуры. - Распределение задач, прав ответственности в системе управления маркетингом.
3	ПРЕДПЛАНОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ Основные вопросы, рассматриваемые в лекции: - Определение спроса и доли рынка. - Методы прогнозирования рыночного спроса и доли рынка. - Изучение потребителей, конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.
4	ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА Основные вопросы, рассматриваемые в лекции: - Общие концепции планирования маркетинга. - Особенности разработки планов маркетинга. - Структура плана маркетинга и последовательность его разработки. - Организация выполнения и контроль плана маркетинга.
5	ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ БИЗНЕСА И ПЕРСПЕКТИВ ЕГО РАЗВИТИЯ Основные вопросы, рассматриваемые в лекции: - Анализ хозяйственного и продуктового портфелей. - Ситуационный анализ. - Методы маркетингового анализа. - Сегментирование и позиционирование рынка.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Роль, место и значение транспортных систем в экономике и логистике. В результате выполнения практической работы, студент получает навык по использованию логистических подходов в области оптимизации транспортировки.
2	Особенности управления транспортными системами. В результате выполнения практического задания, студент изучает современное состояние транспортной системы России.
3	Экономические аспекты транспортных систем. В результате выполнения практической работы, студент изучает факторы, влияющие на формирование транспортных тарифов.
4	Грузы и грузопотоки. В результате выполнения практической работы, студент изучает понятие "мелкой партии" на различных видах транспорта.
5	Инфраструктура транспортных систем. В результате выполнения практической работы, студент изучает характеристики международных транспортных коридоров.
6	Транспортные операторы и услуги транспорта. В результате выполнения практической работы, студент изучает характер взаимодействия клиента и поставщика услуг, а также цифровые платформы в деятельности провайдеров транспортных услуг.
7	Регулирование и саморегулирование в транспортных системах. В результате выполнения практической работы, студент изучает роль ассоциаций и союзов в системе управления транспортом.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Изучение дополнительной литературы.
2	Подготовка к практическим занятиям.
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	Лёвкин, Г.Г. Логистика : учебник / Г. Г. Лёвкин. — Москва : ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2019. — 461 с. — 978-5-907055-74-2. — Текст : электронный // УМЦ ЖДТ : электронная библиотека. — URL: https://umczdt.ru/books/1196/230309/	https://umczdt.ru/books/1196/230309/
2	Ямпольская, Д. О. Маркетинговый анализ: технология и методы проведения : учебник и практикум для вузов / Д. О. Ямпольская, А. И. Пилипенко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 268 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06305-9. — Текст : электронный	https://urait.ru/bcode/540015

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

<http://library.mii.ru/search.php>

<http://elibrary.ru/>

<http://rzd.ru/>

Поисковые системы: Yandex, Google, Mail.

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

Для подготовки материалов лекционных и практических занятий требуется использование пакета программ Microsoft Office.

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

Аудитория для проведения занятий по дисциплине должна быть оснащена доской, проектором, экраном и ПК или ноутбуком.

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет во 2 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 «Управление
транспортным бизнесом и
интеллектуальные системы»

Д.Ю. Роменский

Согласовано:

Заведующий кафедрой УТБиИС

С.П. Вакуленко

Председатель учебно-методической
комиссии

Н.А. Андриянова