

**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 - программа магистратуры  
по направлению подготовки  
23.04.01 Технология транспортных процессов,  
утвержденной первым проректором ФГАОУ ВО  
РУТ (МИИТ) Тимониним В.С.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Рынок транспортно - логистических услуг**

Направление подготовки: 23.04.01 Технология транспортных процессов

Направленность (профиль): Управление перевозочным процессом и  
транспортное планирование

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 ФГАОУ ВО РУТ  
(МИИТ)

ID подписи: 8890

Подписал: заведующий кафедрой Вакуленко Сергей  
Петрович

Дата: 01.09.2026

## 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 релейшнз, 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-6** - Способен оценивать социальные, правовые и общекультурные последствия принимаемых решений при осуществлении профессиональной деятельности.;

**ПК-2** - Способность анализировать и планировать ключевые показатели транспортной отрасли и оптимизировать бизнес-процессы.

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
- оценивать экономическую эффективность 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
- навыками решения типовых задач маркетинговой деятельности, управления маркетинговыми коммуникациями

## 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     | <b>МАРКЕТИНГ КАК КОНЦЕПЦИЯ РЫ-НОЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ</b><br>Основные вопросы, рассматриваемые в лекции:<br>- Сущность маркетинга.<br>- Эволюция маркетинга.<br>- Особенности применения маркетинга в России.<br>- Антикризисный маркетинг. |
| 2     | <b>ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА</b><br>Основные вопросы, рассматриваемые в лекции:<br>- Организационные направления развития и совершенствования концепции маркетинга.                                                                       |

| №<br>п/п | Тематика лекционных занятий / краткое содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Формирование (проектирование) оргструктуры.</li> <li>- Распределение задач, прав ответственности в системе управления маркетингом.</li> </ul>                                                                                                                                                                                    |
| 3        | <b>ПРЕДПЛАНОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ</b><br>Основные вопросы, рассматриваемые в лекции: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Определение спроса и доли рынка.</li> <li>- Методы прогнозирования рыночного спроса и доли рынка.</li> <li>- Изучение потребителей, конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.</li> </ul>                         |
| 4        | <b>ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА</b><br>Основные вопросы, рассматриваемые в лекции: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Общие концепции планирования маркетинга.</li> <li>- Особенности разработки планов маркетинга.</li> <li>- Структура плана маркетинга и последовательность его разработки.</li> <li>- Организация выполнения и контроль плана маркетинга.</li> </ul> |
| 5        | <b>ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ БИЗНЕСА И ПЕРСПЕКТИВ ЕГО РАЗВИТИЯ</b><br>Основные вопросы, рассматриваемые в лекции: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Анализ хозяйственного и продуктового портфелей.</li> <li>- Ситуационный анализ.</li> <li>- Методы маркетингового анализа.</li> <li>- Сегментирование и позиционирование рынка.</li> </ul>                      |

#### 4.2. Занятия семинарского типа.

##### Практические занятия

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

#### 4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

| №<br>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).

| №<br>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: <a href="https://umczdt.ru/books/1196/230309/">https://umczdt.ru/books/1196/230309/</a> | <a href="https://umczdt.ru/books/1196/230309/">https://umczdt.ru/books/1196/230309/</a> |
| 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                                                | <a href="https://urait.ru/bcode/540015">https://urait.ru/bcode/540015</a>               |

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

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Научная электронная библиотека elibrary (<https://www.elibrary.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс», «Гарант».

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

Электронно-библиотечная система ibooks.ru (<http://ibooks.ru/>).

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