

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»**

СОГЛАСОВАНО:

Выпускающая кафедра ЭВТ  
И.о. заведующего кафедрой



А.Б. Володин

05 февраля 2020 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Директор АВТ



А.Б. Володин

05 февраля 2020 г.

Кафедра «Экономика, организация производства и менеджмент»

Автор .....

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Рынок транспортных услуг**

Направление подготовки:	<u>23.03.01 – Технология транспортных процессов</u>
Профиль:	<u>Организация перевозок и управление на водном транспорте</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2018</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 2 04 февраля 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">А.Б. Володин</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 1 03 февраля 2020 г. И.о. заведующего кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">А.Б. Володин</p>
--	---

Москва 2020 г.

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Целью освоения учебной дисциплины является изучение основных понятий и моделей теории стратегического маркетинга и рынка транспортных услуг; принципов сегментации и выбора целевых рыночных сегментов, окон или ниш; необходимости рыночных исследований для информационного обеспечения управления качеством продукции на фирме; методы анализа уровня качества и конкурентоспособности товара с целью разработки предложений по их повышению.

## **2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО**

Учебная дисциплина "Рынок транспортных услуг" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

### **2.1. Наименования предшествующих дисциплин**

Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

#### **2.1.1. Введение в специальность:**

**Знания:** Знать: структуру университета; правила организации учебного процесса в вузе; структуру и содержание учебного плана; виды и формы учебного процесса; организацию работы студентов в университете; требования к написанию самостоятельных работ, курсовых и выпускных квалификационных работ; квалификационную характеристику выпускника данного направления.

**Умения:** Уметь: работать со специализированной литературой; систематизировать и обобщать полученную информацию; использовать полученные знания для успешного обучения в университете; управлять собой, определять свои цели и планировать собственную деятельность; принимать решения и активно работать в коллективе, устанавливать и расширять социальные контакты, преодолевать коммуникативные барьеры; творчески решать поставленные задачи

**Навыки:** Владеть: навыками самостоятельного освоения новыми знаниями, используя современные образовательные технологии, специальной терминологией и лексикой высшего образования

### **2.2. Наименование последующих дисциплин**

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

#### **2.2.1. Экономика отрасли**

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:

№ п/п	Код и название компетенции	Ожидаемые результаты
1	ПК-2 способностью к планированию и организации работы транспортных комплексов городов и регионов, организации рационального взаимодействия видов транспорта, составляющих единую транспортную систему, при перевозках пассажиров, багажа, грузобагажа и грузов	<p>Знать и понимать: Знать: - методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; - метод системного анализа.</p> <p>Уметь: Уметь: - применять методики поиска, сбора и обработки информации; - осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; - применять системный подход для решения поставленных задач. информации.</p> <p>Владеть: Владеть: - методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; - методикой системного подхода для решения поставленных задач.</p>
2	ПК-7 способностью к поиску путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения	<p>Знать и понимать: Знать: пути повышения качества транспортно-логистического обслуживания, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения.</p> <p>Уметь: Уметь: осуществлять поиск путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения.</p> <p>Владеть: Владеть: способностью к поиску путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения.</p>

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ И АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСАХ

##### 4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

4 зачетные единицы (144 ак. ч.).

##### 4.2. Распределение объема учебной дисциплины на контактную работу с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Количество часов	
	Всего по учебному плану	Семестр 5
Контактная работа	20	20,35
Аудиторные занятия (всего):	20	20
В том числе:		
лекции (Л)	8	8
практические (ПЗ) и семинарские (С)	12	12
Самостоятельная работа (всего)	115	115
Экзамен (при наличии)	9	9
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	КРаб (1), ПК1	КРаб (1), ПК1
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЭК	ЭК

### 4.3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	Раздел 1 Рынок транспортных услуг Рынок транспортных услуг.	1		4		31	36	
2	5	Тема 1.1 Рынок транспортных услуг Рынок транспортных услуг	1					1	
3	5	Раздел 2 Исследования рынка транспортных услуг Исследования рынка транспортных услуг	2		2		34	38	ПК1
4	5	Тема 2.1 Исследования рынка транспортных услуг Исследования рынка транспортных услуг	2					2	
5	5	Раздел 3 Комплекс маркетинга Комплекс маркетинга Товар в системе комплекса маркетинга Повышение качества товара и его конкурентоспособности. Позиционирование товара. Инновационная политика. Процесс разработки нового товара. Разработка торговой марки и упаковки товара. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность. Ассортиментная политика. Цена в системе комплекса маркетинга Роль ценовой политики в комплексе маркетинга, методология определения уровня цен. Виды ценовой стратегии. Система товародвижения Место	3		4		20	27	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		в комплексе маркетинга. Основные методы и системы сбыта. Организация сбытовой сети. Факторы формирования сбытовой сети. Функции каналов товародвижения. Торговый посредник. Формирование сбытовой системы. Маркетинговые коммуникации Реклама и ее роль в коммуникационной политике. Виды рекламы Каналы распространения рекламы. Планирование рекламной кампании. Связи с общественностью (PR). Персональные продажи. Стимулирование сбыта Участие в выставках и ярмарках							
6	5	Тема 3.1 Комплекс маркетинга Комплекс маркетинга Товар в системе комплекса маркетинга Повышение качества товара и его конкурентоспособности. Позиционирование товара. Инновационная политика. Процесс разработки нового товара. Разработка торговой марки и упаковки товара. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность. Ассортиментная политика. Цена в системе комплекса маркетинга Роль ценовой политики в комплексе маркетинга, методология	3					3	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		определения уровня цен. Виды ценовой стратегии. Система товародвижения Место в комплексе маркетинга. Основные методы и системы сбыта. Организация сбытовой сети. Факторы формирования сбытовой сети. Функции каналов товародвижения. Торговый посредник. Формирование сбытовой системы. Маркетинговые коммуникации Реклама и ее роль в коммуникационной политике. Виды рекламы Каналы распространения рекламы. Планирование рекламной кампании. Связи с общественностью (PR). Персональные продажи. Стимулирование сбыта Участие в выставках и ярмарках							
7	5	Раздел 4 Управление маркетингом Управление маркетингом Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии. Система разработки маркетинговой стратегии и оценка ее эффективности. Глобальные направления маркетинговой стратегии. Стратегии Котлера – Портера. Модель Портера; стратегия PIMS; стратегии БКГ. «Военные» стратегии.	2		2		30	43	ЭК

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		<p>Стратегии (виды) маркетинга и рыночный спрос</p> <p>Планирование и контроль в маркетинге.</p> <p>Внутрифирменное планирование и маркетинговая программа.</p> <p>Методология и принципы составления маркетинговой программы. Основные виды маркетинговой программы. Ее содержание и структура. Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности.</p> <p>Бюджет маркетинга. Разделы бюджета.</p> <p>Контроль над расходами. Факторы и методы, определяющие размер затрат на маркетинг</p> <p>Организация службы маркетинга</p> <p>Организационная структура маркетинговых служб.</p> <p>Основные требования к построению маркетинговых служб.</p> <p>Развитие организационных структур маркетинга.</p>							
8	5	<p>Тема 4.1</p> <p>Управление маркетингом</p> <p>Управление маркетингом</p> <p>Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии. Система разработки маркетинговой стратегии и оценка ее эффективности.</p> <p>Глобальные направления маркетинговой</p>	2					2	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		<p>стратегии. Стратегии Котлера – Портера. Модель Портера; стратегия PIMS; стратегии БКГ. «Военные» стратегии. Стратегии (виды) маркетинга и рыночный спрос</p> <p>Планирование и контроль в маркетинге. Внутрифирменное планирование и маркетинговая программа. Методология и принципы составления маркетинговой программы. Основные виды маркетинговой программы. Ее содержание и структура. Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности. Бюджет маркетинга. Разделы бюджета. Контроль над расходами. Факторы и методы, определяющие размер затрат на маркетинг</p> <p>Организация службы маркетинга</p> <p>Организационная структура маркетинговых служб. Основные требования к построению маркетинговых служб. Развитие организационных структур маркетинга.</p>							
9		Всего:	8		12		115	144	

#### 4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 12 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Рынок транспортных услуг	Рынок транспортных услуг Рынок транспортных услуг.	4
2	5	РАЗДЕЛ 2 Исследования рынка транспортных услуг	Исследования рынка транспортных услуг Исследования рынка транспортных услуг	2
3	5	РАЗДЕЛ 3 Комплекс маркетинга	Комплекс маркетинга Комплекс маркетинга Товар в системе комплекса маркетинга Повышение качества товара и его конкурентоспособности. Позиционирование товара. Инновационная политика. Процесс разработки нового товара. Разработка торговой марки и упаковки товара. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность. Ассортиментная политика. Цена в системе комплекса маркетинга Роль ценовой политики в комплексе маркетинга, методология определения уровня цен. Виды ценовой стратегии. Система товародвижения Место в комплексе маркетинга. Основные методы и системы сбыта. Организация сбытовой сети. Факторы формирования сбытовой сети. Функции каналов товародвижения. Торговый посредник. Формирование сбытовой системы. Маркетинговые коммуникации Реклама и ее роль в коммуникационной политике. Виды рекламы Каналы распространения рекламы. Планирование рекламной кампании. Связи с общественностью (PR). Персональные продажи. Стимулирование сбыта Участие в выставках и ярмарках	4

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
4	5	РАЗДЕЛ 4 Управление маркетингом	Управление маркетингом Управление маркетингом Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии. Система разработки маркетинговой стратегии и оценка ее эффективности. Глобальные направления маркетинговой стратегии. Стратегии Котлера – Портера. Модель Портера; стратегия PIMS; стратегии БКГ. «Военные» стратегии. Стратегии (виды) маркетинга и рыночный спрос Планирование и контроль в маркетинге. Внутрифирменное планирование и маркетинговая программа. Методология и принципы составления маркетинговой программы. Основные виды маркетинговой программы. Ее содержание и структура. Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности. Бюджет маркетинга. Разделы бюджета. Контроль над расходами. Факторы и методы, определяющие размер затрат на маркетинг Организация службы маркетинга Организационная структура маркетинговых служб. Основные требования к построению маркетинговых служб. Развитие организационных структур маркетинга.	2
ВСЕГО:				12/ 0

#### 4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Курсовые работы (проекты) не предусмотрены.

## **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Опрос, разбор конкретных ситуаций

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Вид самостоятельной работы студента. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы	Всего часов
1	2	3	4	5
1	5	РАЗДЕЛ 1 Рынок транспортных услуг	Рынок транспортных услуг Рынок транспортных услуг.	31
2	5	РАЗДЕЛ 2 Исследования рынка транспортных услуг	Исследования рынка транспортных услуг Исследования рынка транспортных услуг	34
3	5	РАЗДЕЛ 3 Комплекс маркетинга	Комплекс маркетинга Комплекс маркетинга Товар в системе комплекса маркетинга Повышение качества товара и его конкурентоспособности. Позиционирование товара. Инновационная политика. Процесс разработки нового товара. Разработка торговой марки и упаковки товара. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность. Ассортиментная политика. Цена в системе комплекса маркетинга Роль ценовой политики в комплексе маркетинга, методология определения уровня цен. Виды ценовой стратегии. Система товародвижения Место в комплексе маркетинга. Основные методы и системы сбыта. Организация сбытовой сети. Факторы формирования сбытовой сети. Функции каналов товародвижения. Торговый посредник. Формирование сбытовой системы. Маркетинговые коммуникации Реклама и ее роль в коммуникационной политике. Виды рекламы Каналы распространения рекламы. Планирование рекламной кампании. Связи с общественностью (PR). Персональные продажи. Стимулирование сбыта Участие в выставках и ярмарках	20
4	5	РАЗДЕЛ 4 Управление маркетингом	Управление маркетингом Управление маркетингом Маркетинговые стратегии, рыночные стратегии. Система разработки маркетинговой стратегии и оценка ее эффективности. Глобальные направления маркетинговой стратегии. Стратегии Котлера – Портера. Модель Портера; стратегия PIMS; стратегии БКГ. «Военные» стратегии. Стратегии (виды) маркетинга и рыночный спрос Планирование и контроль в маркетинге. Внутрифирменное планирование и маркетинговая программа. Методология и принципы составления маркетинговой программы. Основные виды маркетинговой программы. Ее содержание и структура. Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности.	30

			<p>Бюджет маркетинга. Разделы бюджета.          Контроль над расходами. Факторы и методы, определяющие размер затрат на маркетинг          Организация службы маркетинга          Организационная структура маркетинговых служб. Основные требования к построению маркетинговых служб. Развитие организационных структур маркетинга.</p>	
			ВСЕГО:	115

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
1	Маркетинг	А.М. Годин	"Дашков и К", 2006 НТБ (уч.5); НТБ (фб.); НТБ (чз.1)	Все разделы

### 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
2	Маркетинг	А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников; Под ред. А.Н. Романова	Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996	Все разделы

## 8. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Электронно-библиотечная система [www.znanium.com](http://www.znanium.com)  
Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров. [www.marketcenter.ru](http://www.marketcenter.ru)  
Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) новости.  
«Энциклопедия маркетинга», один из наиболее насыщенных и уважаемых сайтов по маркетинговой проблематике. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru)

## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

- 1 «КонсультантПлюс» Справочно-правовая система
- 2 Операционная система Microsoft Windows 7 Операционная система
- 3 MS Office 2010 (Word, Excel, PowerPoint) Офисный пакет приложений

## 10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

- 1 Учебная аудитория Комплект учебной мебели (столы, стулья, доска), рабочие места в составе (проектор BenqPD 6037450007, ноутбук ACER), рабочие места – 1 шт.
- 2 Библиотека Рабочие места для обучающихся, компьютер с доступом к ЭБС и Интернету

## 11. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Лекции являются основным видом учебных занятий в высшем учебном заведении. В ходе лекционного курса проводится изложение современных научных взглядов и освещение

основных проблем изучаемой области знаний.

Значительную часть теоретических знаний студент должен получать самостоятельно из рекомендованных основных и дополнительных информационных источников (учебников, Интернет-ресурсов, электронной образовательной среды университета).

В тетради для конспектов лекций должны быть поля, где по ходу конспектирования делаются необходимые пометки. В конспектах рекомендуется применять сокращения слов, что ускоряет запись. Вопросы, возникшие в ходе лекций, рекомендуется делать на полях и после окончания лекции обратиться за разъяснениями к преподавателю.

После окончания лекции рекомендуется перечитать записи, внести поправки и дополнения на полях. Конспекты лекций рекомендуется использовать при подготовке к практическим занятиям (лабораторным работам, семинарам), экзамену/зачету, контрольным тестам, коллоквиумам, при выполнении самостоятельных заданий.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Помимо решения расчетных задач, заполнения аналитических таблиц и выполнение других заданий отработка теоретического материала предполагается посредством проведения кейсов (ситуационных задач). Ситуационные задачи базируются на реальной информации, однако, как правило, при разработке кейсов используются условные названия и фактические данные могут быть несколько изменены. Для экономии времени материалы для семинара выдаются заранее, а дополнительная информация может быть предоставлена в ходе дискуссии.

Для подготовки к практическим занятиям необходимо заранее ознакомиться с перечнем вопросов, которые будут рассмотрены на занятии, рекомендуемой основной и дополнительной литературы, содержанием рекомендованных Интернет-ресурсов.

Необходимо прочитать соответствующие разделы из основной и дополнительной литературы, рекомендованной преподавателем, выделить основные понятия и процессы, их закономерности и движущие силы и взаимные связи. При подготовке к занятию не нужно заучивать учебный материал. На практических занятиях нужно выяснять у преподавателя ответы на интересующие или затруднительные вопросы, высказывать и аргументировать свое мнение.

Рекомендации по организации самостоятельной работы

Наряду с лекционными и практическими занятиями, самостоятельная подготовка теоретических вопросов, докладов, написание рефератов и другие творческие работы служат одновременно формами текущего и промежуточного контроля. По каждой теме предлагается задание для обязательного самостоятельного выполнения, в ходе выполнения которых студенты осваивают методы проведения маркетинговых исследований, сегментирования рынка, разработки ценовой стратегии, формирования и стимулирования потребительского спроса. На примерах студенты отрабатывают комплексный подход в управлении предприятием, яснее понимая прямую зависимость между целями и маркетинговыми действиями.