

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

25 мая 2020 г.

Кафедра «Экономика и управление на транспорте»

Автор Соколов Юрий Игоревич, д.э.н., профессор

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Транспортный маркетинг и управление спросом

Направление подготовки:	38.04.02 – Менеджмент
Магистерская программа:	Управление корпорациями, маркетинг и форсайт
Квалификация выпускника:	Магистр
Форма обучения:	очно-заочная
Год начала подготовки	2020

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 6 20 мая 2020 г. Председатель учебно-методической комиссии  М.В. Ишханян	Одобрено на заседании кафедры Протокол № 25 12 мая 2020 г. Заведующий кафедрой  Н.П. Терешина
--	---

Рабочая программа учебной 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: 2575
Подписал: Заведующий кафедрой Терешина Наталья Петровна
Дата: 12.05.2020

Москва 2020 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Транспортный маркетинг и управление спросом» являются формирование у обучающегося способности к изучению отраслевого транспортного рынка, к научно обоснованному принятию решений в области маркетинговой деятельности на транспорте, в частности, в области анализа рынка, проведения товарной, ценовой сбытовой политики, формирования платежеспособного спроса на транспортные услуги.

Код компетенции Название компетенции

ПКС-2 способен разрабатывать обоснованные проекты управленческих решений, создающих конкурентные преимущества организации, действующей в рыночных условиях

ПКР-1 Способен разрабатывать обоснованные проекты управленческих решений с учетом понимания тенденций развития транспортной отрасли

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Учебная дисциплина "Транспортный маркетинг и управление спросом" 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. Современные концепции маркетинга:

Знания: принципы маркетинга; систему функций маркетинга; состав системы маркетинговой информации; методы сбора маркетинговой информации

Умения: выполнять комплексный анализ организации и рынка ее деятельности; формировать основные элементы комплекса маркетинга

Навыки: использования комплекса маркетинга для достижения целей организации

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты

**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	ПКР-1 Способен разрабатывать обоснованные проекты управленческих решений с учетом понимания тенденций развития транспортной отрасли	ПКР-1.1 Учитывает при принятии управленческих решений современные тенденции развития транспортной отрасли.
2	ПКС-2 способен разрабатывать обоснованные проекты управленческих решений, создающих конкурентные преимущества организации, действующей в рыночных условиях	ПКС-2.2 Выполняет анализ конкурентной среды организации на обслуживаемых и/или смежных рынках. ПКС-2.3 Осуществляет обоснование проектов управленческих решений по укреплению конкурентной позиции организации на обслуживаемых рынках.

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 4
Контактная работа	40	40,15
Аудиторные занятия (всего):	40	40
В том числе:		
лекции (Л)	10	10
практические (ПЗ) и семинарские (С)	30	30
Самостоятельная работа (всего)	50	50
Экзамен (при наличии)	54	54
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	КР (1), ПК1	КР (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 промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	Раздел 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга . 1.1.Сущность, принципы и функции общего маркетинга 1.2.Концепции, виды и типы маркетинга 1.3.Система маркетинговой деятельности на предприятии 1.4.Проблемы и особенности маркетинга на транспорте.	2		2		4	8	
2	4	Раздел 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте. 2.1.Сущность транспортной продукции и особенности транспортного рынка 2.2.Сущность, основные понятия и принципы транс- портного маркетинга 2.3.Основные функции (направления) маркетинга на транспорте 2.4.Окружающая среда маркетинга транспортных предприятий 2.5.Виды конкуренции на транспортном рынке	2		2		4	8	
3	4	Раздел 3 Управление маркетингом на транспорте			2		4	6	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		3.1.Особенности управления маркетингом на транспорте 3.2.Структура органов управления маркетингом на транспорте 3.3.Система фирменного транспортного обслуживания на железнодорожном транспорте 3.4.Место и роль транспортно-экспедиционного обслуживания в системе маркетинга на транспорте							
4	4	Раздел 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги 4.1.Маркетинговые обследования районов тяготения транспортных предприятий 4.2.Анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам 4.3.Маркетинг пассажирских перевозок 4.4.Методы формирования спроса на транспортные услуги			2		4	6	
5	4	Раздел 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга 5.1.Концепция планирования перевозок грузов на транспорте в	2		2		4	8	ПК1

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		системе маркетинга 5.2.Стратегическое планирование работы транспортных предприятий в системе маркетинга 5.3.Прогнозирование и оптимизация перевозок грузов в новых условиях 5.4.Текущее и оперативное планирование перевозок 5.5.Разработка бизнес-плана транспортного предприятия							
6	4	Раздел 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях 6.1.Анализ рыночных возможностей транспортных предприятий 6.2.Определение транспортной обеспеченности и до- ступности 6.3.Управление качеством транспортного обслуживания 6.4.Использование логистики и новых технологий на транспорте 6.5.Планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке			6		6	12	
7	4	Раздел 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга 7.1.Особенности	2		2		8	12	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		ценовой политики при маркетинге 7.2.Определение ценовой эластичности спроса на транспортные услуги 7.3.Анализ издержек при ценообразовании 7.4.Тарифная политика на различных видах транспорта 7.5.Виды скидок и надбавок в системе транспортных тарифов							
8	4	Раздел 8 Коммуникационная политика на транспорте 8.1.Фирменный стиль и его воздействие на потребителей транспортных услуг 8.2.Рекламная деятельность на транспорте 8.3.Другие неценовые методы стимулирования спроса на транспортные услуги			4		6	10	
9	4	Раздел 9 Маркетинг подсобно- вспомогательной и диверсификационной деятельности 9.1.Подсобно- вспомогательная и диверсификационная деятельность на транспорте 9.2.Особенности маркетинга подсобно- вспомогательной и диверсификационной деятельности на транспорте 9.3.Ценообразование			2		6	8	

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		на продукцию, работы и услуги подсобно- вспомогательной и диверсификационной деятельности па транспорте							
10	4	Раздел 10 Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях 10.1.Показатели экономической эффективности мероприятий маркетинга 10.2.Определение потока денежных средств и показателей коммерческой эффективности 10.3.Примеры определения коммерческой эффектив-ности маркетинговой деятельности	2		6		4	12	
11	4	Раздел 11 Курсовая работа						0	КР
12	4	Экзамен						54	ЭК
13		Всего:	10		30		50	144	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 30 ак. ч.

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего ча- сов/ из них часов в интерак- тивной форме
1	2	3	4	5
1	4	РАЗДЕЛ 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга .	Сущность, принципы и функции общего маркетинга Концепции, виды и типы маркетинга Система маркетинговой деятельности на предприятии Проблемы и особенности маркетинга на транспорте	2
2	4	РАЗДЕЛ 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте.	Сущность транспортной продукции и особенности транспортного рынка Сущность, основные понятия и принципы транс- портного маркетинга Основные функции (направления) маркетинга на транспорте Окружающая среда маркетинга транспортных предприятий Виды конкуренции на транспортном рынке	2
3	4	РАЗДЕЛ 3 Управление маркетингом на транспорте	Особенности управления маркетингом на транспорте Структура органов управления маркетингом на транспорте Система фирменного транспортного обслуживания на железнодорожном транспорте Место и роль транспортно-экспедиционного обслуживания в системе маркетинга на транспорте	2
4	4	РАЗДЕЛ 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	Маркетинговые обследования районов тяготения транспортных предприятий Анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам Маркетинг пассажирских перевозок Методы формирования спроса на транспортные услуги	2
5	4	РАЗДЕЛ 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	Концепция планирования перевозок грузов на транспорте в системе маркетинга Стратегическое планирование работы транспортных предприятий в системе маркетинга Прогнозирование и оптимизация перевозок грузов в новых условиях Текущее и оперативное планирование перевозок Разработка бизнес-плана транспортного предприятия	2

№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего ча- сов/ из них часов в интерак- тивной форме
1	2	3	4	5
6	4	РАЗДЕЛ 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Анализ рыночных возможностей транспортных предприятий Определение транспортной обеспеченности и до- ступности Управление качеством транспортного обслужива- ния Использование логистики и новых технологий на транспорте Планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке	6
7	4	РАЗДЕЛ 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Особенности ценовой политики при маркетинге Определение ценовой эластичности спроса на транспортные услуги Анализ издержек при ценообразовании Тарифная политика на различных видах транспорта Виды скидок и надбавок в системе транспортных тарифов	2
8	4	РАЗДЕЛ 8 Коммуникационная политика на транспорте	Фирменный стиль и его воздействие на потребителей транспортных услуг Рекламная деятельность на транспорте Другие неценовые методы стимулирования спроса на транспортные услуги	4
9	4	РАЗДЕЛ 9 Маркетинг подсобно- вспомогательной и диверсификационной деятельности ⁹	Подсобно-вспомогательная и диверсификационная деятельность на транспорте Особенности маркетинга подсобно- вспомогательной и диверсификационной деятельности на транспорте Ценообразование на продукцию, работы и услуги подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности на транспорте	2
10	4	РАЗДЕЛ 10 Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях	Показатели экономической эффективности мероприятий маркетинга Определение потока денежных средств и показателей коммерческой эффективности Примеры определения коммерческой эффективности маркетинговой деятельности	6
ВСЕГО:				30/0

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

Тема: «Разработка программы маркетинга транспортной компании»

Задания на курсовую работу формируются на основе таблиц 1-5.

Студенту выдается вариант задания для выполнения курсовой работы. Каждый представленный студенту вариант включает в себя 7 чисел. Например, 3.5.10.6.8.3.1; 1.2.12.2.4.7.2; 1.2.7.5.7.2.4; 1.2.13.3.5.8.3; 1.2.7.5.7.2.4; 1.2.3.1.3.6.7; 4.8.6.7.1.4.2; 5.1.11.6.8.3.3; 8.7.4.5.7.2.3; 2.2.1.8.2.5.6, 7.2.10.3.5.1.1, 6.2.9.2.7.5.4, 4.4.4.5.6.1.2,

2.6.10.5.6.3.5 и др.

Три первые числа относятся к таблице 1 (род груза, его класс, объем производства и объем погрузки) и определяют три груза (по строке), с которыми студент будет работать. На протяжении выполнения всей курсовой работы каждый студент анализирует маркетинговую деятельность предприятия на примере трех установленных грузов. Данные груза, взятые из таблицы 1, будут фигурировать практически во всех разделах данной курсовой работы.

Четвертое число варианта необходима для выбора соответствующей ей колонки в таблице 2. Данное приложение, включающее исходные данные для расчета провозной платы за перевозку, требуется для выполнения раздела 4 курсовой работы.

Пятое число варианта требуется для выполнения раздела 5 курсовой работы и служит критерием выбора колонки в таблице 3, характеризующем сведения о выполнении качества транспортного обслуживания.

Шестое число варианта относится к таблице 4. По ней выбирается нужная колонка значений удельных весов для показателей качества, необходимых для выполнения расчетного задания в разделе 5.

Седьмое число варианта необходимо для выполнения раздела 6 и берет свои данные по соответствующей колонке из таблицы 5 (данные для расчета эффективности рекламных мероприятий).

Таблица 1

Объемы производства и погрузки грузов (тыс.т)

Род груза Класс Объем Объем погрузки

№ п/п груза производства на ж.д. на авто-

транспорт транспорт

1	уголь	1	1390	1260,00	90,00
2	кокс	1	960	870,00	70,00
3	нефтегрузы	2	12490	12450,00	20,00
4	руда железная	1	12380	12230,00	90,00
5	черные металлы	3	3240	2970,00	240,00
6	лом черных металлов	3	2060	1800,00	260,00
7	удобрения	2	2360	2000,00	300,00
8	цемент	1	3440	3200,00	160,00
9	лес	1	540	490,00	20,00
10	зерно	2	940	870,00	65,00
11	продукты перемола	2	450	420,00	30,00
12	шлаки	1	10350	10230,00	110,00
13	автомобили	3	1590	1480,00	90,00
14	огнеупоры	1	200	180,00	10,00
15	флюсы	1	400	370,00	25,00
16	торф	1	290	150,00	80,00
17	металлоконструкции	3	40	36,00	3,00
18	цветные металлы	3	120	100,00	10,00
19	химикаты	3	1460	1020,00	300,00
20	комбикорм	2	130	90,00	20,00
21	сахар	2	200	180,00	15,00
22	свекла	2	260	150,00	50,00
23	машины, оборудование	3	130	115,00	12,00
24	картофель	2	280	200,00	60,00
25	целлюлоза	3	130	95,00	25,00

Таблица 2

Исходные данные для расчета провозных плат

Показатель Вариант

1 2 3 4 5 6 7 8

Ставка тарифа, коп/10 ткм 147 145 144 143 142 141 140 139

Себестоимость железнодорожной перевозки, коп/10 ткм 92 93 94 95 96 97 98 99

Доля "зависящих" расходов в себестоимости, % 30 32 34 36 38 40 42 44

Средняя дальность перевозки, км 1200 1100 1300 1000 1400 900 1500 800

Коэффициент ценовой эластичности 0,08 0,09 0,10 0,11 0,12 0,13 0,14 0,15

Таблица 3

Сведения о качестве транспортного обслуживания грузовладельцев

Показатель Вариант

1 2 3 4 5 6 7 8

1.Срок доставки, сут.: нормативный 4,0 4,2 4,4 4,6 4,8 5,0 5,2 5,4

- базовый фактический 6,2 6,1 6,0 5,9 5,8 5,7 5,6 5,5

- текущий фактический 5,0 5,1 5,2 5,1 5,4 5,2 5,5 5,6

2.Потери грузов, (%):

- базовые 5 6 7 8 9 10 11 12

- текущие 1 2 3 4 5 6 7 8

3.Норма естественной убыли, % 0,2 0,3 0,4 0,5 0,6 0,7 0,8 0,9

4.Уровень ритмичности поставок, %:

- базовый 70 72 74 76 78 80 82 84

- текущий 80 81 82 83 84 85 86 87

5.Полнота удовлетворения спроса, %: - базовая 81 80 79 78 77 76 75 74

- текущая 85 82 80 81 80 79 78 77

6.Уровень комплексности обслуживания, % (*) 87 90 96 78 74 70 68 90

7.Коэффициент неценовой эластичности спроса 1,08 1,09 1,1 1,11 1,12 1,13 1,14 1,15

8.Расходы на повышение качества, в % от величины доходов дороги 0,085 0,09 0,095 0,1 0,105 0,11 0,115 0,12

(*) Данные по комплексности обслуживания принять на прежнем уровне

Таблица 4

Удельные веса показателей качества (%):

Показатель Вариант

1 2 3 4 5 6 7 8

1.Срок доставки 29 24 35 22 27 20 25 22

2.Сохранность 17 12 10 17 19 14 16 30

3.Ритмичность 20 28 27 22 24 17 19 18

4.Полнота удовлетворения спроса 23 22 19 21 18 16 20 14

5.Комплексность 11 14 9 18 12 33 20 16

Таблица 5

Данные для расчета эффективности рекламных мероприятий

Показатель Вариант

1 2 3 4 5 6 7 8

1.Коэффициент влияния рекламы, ар 0,08 0,07 0,09 0,06 0,1 0,05 0,11 0,04

2.Коэффициент, учитывающий косвенный эффект от рекламы, ак 0,001 0,003 0,006 0,009 0,012 0,015 0,018 0,021

3.Затраты на разработку рекламной кампании, для дороги в целом в % от суммы эксплуатационных расходов 0,07 0,075 0,08 0,085 0,09 0,095 0,1 0,105

4.Оплата услуг сторонних организаций, тыс. руб. 20 18 16 14 12 10 8 6

Пример распределения цифр по варианту:

Вариант 1 275724

Таблица 1

Объемы производства и погрузки грузов (тыс. т)

Род груза Класс Объем Объем погрузки

№ п/п груза производства на ж.д. на авто-транспорт транспорт

1	уголь	1	1390	1260,00	90,00
2	кокс	1	960	870,00	70,00
3	нефтегрузы	2	12490	12450,00	20,00
4	руда железная	1	12380	12230,00	90,00
5	черные металлы	3	3240	2970,00	240,00
6	лом черных металлов	3	2060	1800,00	260,00
7	удобрения	2	2360	2000,00	300,00
8	цемент	1	3440	3200,00	160,00
9	лес	1	540	490,00	20,00
10	зерно	2	940	870,00	65,00
11	продукты перемола	2	450	420,00	30,00
12	шлаки	1	10350	10230,00	110,00
13	автомобили	3	1590	1480,00	90,00
14	огнеупоры	1	200	180,00	10,00
15	флюсы	1	400	370,00	25,00
16	торф	1	290	150,00	80,00
17	металлоконструкции	3	40	36,00	3,00
18	цветные металлы	3	120	100,00	10,00
19	химикаты	3	1460	1020,00	300,00
20	комбикорм	2	130	90,00	20,00
21	сахар	2	200	180,00	15,00
22	свекла	2	260	150,00	50,00
23	машины, оборудование	3	130	115,00	12,00
24	картофель	2	280	200,00	60,00
25	целлюлоза	3	130	95,00	25,00

Таблица 3

Сведения о качестве транспортного обслуживания грузовладельцев

Показатель Вариант

1 2 3 4 5 6 7

8

1.Срок доставки, сут.:нормативный 4,0 4,2 4,4 4,6 4,8 5,0 5,2 5,4

- базовый фактический 6,2 6,1 6,0 5,9 5,8 5,7 5,6 5,5

- текущий фактический 5,0 5,1 5,2 5,1 5,4 5,2 5,5 5,6

2.Потери грузов, (%):

- базовые 5 6 7 8 9 10 11 12

- текущие 1 2 3 4 5 6 7 8

3.Норма естественной убыли,% 0,2 0,3 0,4 0,5 0,6 0,7 0,8 0,9

4.Уровень ритмичности поставок,%:

- базовый 70 72 74 76 78 80 82 84

- текущий 80 81 82 83 84 85 86 87

5.Полнота удовлетворения спроса,%: - базовая 81 80 79 78 77 76 75 74

- текущая 85 82 80 81 80 79 78 77

6.Уровень комплексности обслуживания,%(*) 87 90 96 78 74 70 68 90

7. Коэффициент неценовой эластичности спроса 1,08 1,09 1,1 1,11 1,12 1,13 1,14 1,15

8. Расходы на повышение качества, в %% от величины доходов дороги 0,085 0,09 0,095 0,1 0,105 0,11 0,115 0,12

(*) Данные по комплексности обслуживания принять на прежнем уровне

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий. Лекции проводятся в традиционной классно-урочной организационной форме, по типу управления познавательной деятельности являются классическо-лекционными (объяснительно-иллюстративными).

Практические занятия организованы с использованием технологий развивающего обучения. Практический курс выполняется в виде традиционных практических занятий (объяснительно-иллюстративное решение задач), с использованием интерактивных (диалоговые) технологий, в том числе разбор и анализ конкретных ситуаций, кейсов; технологий, основанных на коллективных способах обучения, а также с использованием компьютерной тестирующей системы.

Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка учебного материала и отработка отдельных тем по учебным пособиям, подготовка к промежуточным контролям, выполнение заданий курсовой работы. К интерактивным (диалоговым) технологиям относятся отработка отдельных тем по электронным пособиям, подготовка к промежуточным контролям в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным разделам и технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов.

Оценка полученных знаний, умений и навыков основана на модульно-рейтинговой технологии. Весь курс разбит на разделы, представляющих собой логически завершенный объем учебной информации. Фонды оценочных средств освоенных компетенций включают как вопросы теоретического характера для оценки знаний, так и задания практического содержания (решение практических и ситуационных задач, выполнение заданий курсовой работы) для оценки умений и навыков. Теоретические знания проверяются путём применения таких организационных форм, как индивидуальные и групповые опросы, решение тестов с использованием компьютеров или на бумажных носителях.

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	4	РАЗДЕЛ 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга .	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	4
2	4	РАЗДЕЛ 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте.	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	4
3	4	РАЗДЕЛ 3 Управление маркетингом на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	4
4	4	РАЗДЕЛ 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	4
5	4	РАЗДЕЛ 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе[1-4]	4
6	4	РАЗДЕЛ 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	6
7	4	РАЗДЕЛ 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	8
8	4	РАЗДЕЛ 8 Коммуникационная политика на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	6
9	4	РАЗДЕЛ 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности ⁹	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	6
10	4	РАЗДЕЛ 10 Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-4]	4

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	Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития	Малюк В.И.	Изд-во ЮРАЙТ, 2020.- 361 с., 2020 https://urait.ru/search?words=Малюк%20Стратегический%20менеджмент	1-10
2	Маркетинг для профессионалов: практический курс	Голубков Е.П.	Изд-во ЮРАЙТ, 2020.- 474 с., 2019 https://urait.ru/search?words=Маркетинг%20для%20профессионалов%20Голубков	1-10

7.2. Дополнительная литература

№ п/ п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Управление маркетинговой деятельностью на транспорте	Под ред. В.Г. Галабулды и Ю.И. Соколова	М.: РУТ (МИИТ), 2018. – 300 с., 2018 http://ml.miit-ief.ru/Методическая%20литература%20кафедры%20Экономика%20и%20управление%20на%20транспорте/	все разделы [1-300]
4	Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия	Под ред. Ю.И. Соколова	М.: ФГОУ УМЦ ЖДТ, 2015. – 320 с., 2015 http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785890358318.html	1-10

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

1. <http://library.miit.ru/> - электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ.
2. http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/ электронно-библиотечная система Научно-

технической библиотеки ИЭФ.

3. Поисковые системы: Yandex, Google, Mail.

4. <http://rzd.ru/> - сайт ОАО «РЖД».

5. <http://elibrary.ru/> - научно-электронная библиотека.

6. http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/ (Электронная библиотека ИЭФ)

<https://www.biblio-online.ru> (Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<http://e.lanbook.com> (Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ(МИИТ))

<https://www.book.ru/> (ЭБС book.ru – доступ для преподавателей и студентов РУТ(МИИТ))

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

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине требуется наличие следующего ПО: OS Windows, Microsoft Office.

В образовательном процессе применяются следующие информационные технологии: персональные компьютеры; мультимедийное оборудование; средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ) и/или электронная почта.

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

Для успешного проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования. Для проведения практических занятий необходима специализированная аудитория с мультимедиа аппаратурой.

Для организации самостоятельной работы студентов необходима аудитория с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет. Необходим доступ каждого студента к информационным ресурсам – институтскому библиотечному фонду и сетевым ресурсам Интернет.

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

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе.

Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого преподавателем материала, после занятия и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать преподавателю интересующие его вопросы.

Главная задача курса - сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение будущими работниками основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.

Основные функции практических занятий: 1. Познавательная-обучающая; 2. Развивающая; 3. Ориентирующе-направляющая; 4. Активизирующая; 5. Воспитательная; 6. Организующая; 7. Информационная.

Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между теоретическим освоением данной дисциплины и применением ее положений на практике. Они способствуют развитию самостоятельности обучающихся, более активному освоению учебного материала, являются важной предпосылкой формирования профессиональных

качеств будущих специалистов.

Проведение практических занятий не сводится только к органическому дополнению лекционных курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных положений, даваемых на занятии, а также рекомендуемой для изучения литературы; как форма текущего контроля за отношением обучающихся к учебе, за уровнем их знаний, а следовательно, и как один из важных каналов для своевременного подтягивания отстающих обучающихся.

При подготовке магистранта важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание экономических основ, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий. Задачи практических занятий: закрепление и углубление полученных теоретических знаний, приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, формирование у обучающихся умений и навыков работы с исходными данными, научной литературой и специальными документами. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с теоретическим материалом на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий.

Самостоятельная работа может быть успешной при определенных условиях, которые необходимо организовать. Ее правильная организация, включающая технологии отбора целей, содержания, конструирования заданий и организацию контроля, систематичность самостоятельных учебных занятий, целесообразное планирование рабочего времени позволяет привить студентам умения и навыки в овладении, изучении, усвоении и систематизации приобретаемых знаний в процессе обучения, привить навыки повышения профессионального уровня в течение всей трудовой деятельности.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачету и тестовые материалы, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств являются составной частью учебно-методического обеспечения процедуры оценки качества освоения образовательной программы и обеспечивает повышение качества образовательного процесса и входит, как приложение, в состав рабочей программы дисциплины.