

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 специалитета
по специальности
38.05.01 Экономическая безопасность,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Транспортный маркетинг как инструмент обеспечения экономической
безопасности**

Специальность: 38.05.01 Экономическая безопасность

Специализация: Финансово-экономическое обеспечение
федеральных государственных органов,
обеспечивающих безопасность Российской
Федерации

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: 2699
Подписал: заведующий кафедрой Межох Зоя Павловна
Дата: 01.06.2021

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины являются подготовка студентов к научно обоснованному принятию управленческих решений в области маркетинговой деятельности на транспорте, в частности, анализа рынка, проведения товарной, ценовой и сбытовой политики и, как следствие, обеспечения экономической безопасности предприятия с применением инструментов маркетинга.

Задачами освоения дисциплины является формирование у обучающихся состава компетенций ПК-1; ПК-4.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-1 - Способен проводить комплексный анализ функционирования финансовых и экономических структур государственного, отраслевого и корпоративного уровня с целью выявления угроз экономической безопасности Российской Федерации (отрасли, предприятия)

ПК-4 - Способен выявлять, регистрировать, анализировать и классифицировать риски и разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации

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

Знать

теоретические, методологические и науковедческие основы методики выявления экономических правонарушений в маркетинговой сфере деятельности на транспорте

Уметь

выявлять, анализировать, оценивать факторы риска, влияющие на маркетинговую безопасность, и разрабатывать мероприятия по их минимизации

Владеть

методиками выявления и устранения экономических правонарушений в маркетинговой сфере деятельности на транспорте.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц (180 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	Сем. №9
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	64	64
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
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 116 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	Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга
2	Основные положения концепции маркетинга на транспорте

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
3	Управление маркетингом на транспорте
4	Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги
5	Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга
6	Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях
7	Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга
8	Коммуникационная политика на транспорте
9	Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга</p> <p>Сущность, принципы и функции общего маркетинга; Концепции, виды и типы маркетинга; Система маркетинговой деятельности на предприятии; Проблемы и особенности маркетинга на транспорте</p>
2	<p>Основные положения концепции маркетинга на транспорте</p> <p>Сущность транспортной продукции и особенности транспортного рынка; Сущность, основные понятия и принципы транспортного маркетинга; Основные функции (направления) маркетинга на транспорте; Окружающая среда маркетинга транспортных предприятий; Виды конкуренции на транспортном рынке</p>
3	<p>Управление маркетингом на транспорте</p> <p>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</p>
4	<p>Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги</p> <p>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</p>
5	<p>Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга</p> <p>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</p>
6	<p>Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях</p> <p>Анализ рыночных возможностей транспортных предприятий; Определение транспортной обеспеченности и доступности; Управление качеством транспортного обслуживания; Использование логистики и новых технологий на транспорте; Планирование комплекса мероприятий маркетинга на</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	транспортном рынке
7	<p>Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга</p> <p>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</p>
8	<p>Коммуникационная политика на транспорте</p> <p>Фирменный стиль и его воздействие на потребителей транспортных услуг; Рекламная деятельность на транспорте; Другие неценовые методы стимулирования спроса на транспортные услуги</p>
9	<p>Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях</p> <p>Показатели экономической эффективности мероприятий маркетинга; Определение потока денежных средств и показателей коммерческой эффективности; Примеры определения коммерческой эффективности маркетинговой деятельности</p>

Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Работа с лекционным материалом
2	Подготовка к практическим занятиям
3	Прохождение тестирования
4	Самостоятельное выполнение практических заданий
5	Выполнение контрольной работы
6	Работа с литературой
7	Подготовка к промежуточной аттестации.
8	Подготовка к текущему контролю.

4.4. Примерный перечень тем

Примерный перечень тем контрольных работ

В конце семестра студент выполняет контрольную работу по практическому курсу дисциплины «Транспортный маркетинг как инструмент обеспечения экономической безопасности» по задачам, тип которых приведен в Приложении 6 оценочных материалов.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Транспортный маркетинг : учебник под редакцией В.Г. Галабурды и Ю.И. Соколова М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте» , 2020	http://umczdt.ru/books/937/242217/
2	Управление маркетинговой деятельностью на транспорте : научная монография под редакцией В.Г. Галабурды и Ю.И. Соколова. М.: РУТ (МИИТ) , 2018	https://elibrary.ru/item.asp?id=35569806
3	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов С.В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С.В. Карповой, С.В. Мхитаряна. Москва : Издательство Юрайт , 2021	https://urait.ru/bcode/484237

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

Электронная библиотека ИЭФ: http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/ Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ): <http://library.miit.ru> Электронная библиотечная система «Юрайт», доступ для студентов и преподавателей РУТ (МИИТ): <https://www.biblio-online.ru> Электронно-библиотечная система «Лань», доступ для студентов и преподавателей РУТ (МИИТ): <http://e.lanbook.com> ЭБС book.ru, доступ для преподавателей и студентов РУТ (МИИТ): <https://www.book.ru/> Федеральная служба государственной статистики: <https://www.gks.ru> Компьютерная справочная правовая система в России «КонсультантПлюс»: <http://www.consultant.ru/> Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации «Гарант»: <http://www.aero.garant.ru>

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

Офисный пакет приложений Microsoft Office

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

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с

мультимедиа аппаратурой.

9. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен в 9 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы

, доктор экономических наук ,
профессор

, кандидат экономических наук ,
доцент

Соколов Юрий
Игоревич

Лавров Илья
Михайлович

Лист согласования

Заведующий кафедрой ФК

Председатель учебно-методической
комиссии

З.П. Межох

М.В. Ишханян