

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

УТВЕРЖДАЮ:

Директор ИЭФ



Ю.И. Соколов

26 июня 2019 г.



Кафедра «Финансы и кредит»

Авторы Соколов Юрий Игоревич, д.э.н., профессор  
Лавров Илья Михайлович, к.э.н., доцент

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Транспортный маркетинг как инструмент обеспечения экономической безопасности**

Специальность:	<u>38.05.01 – Экономическая безопасность</u>
Специализация:	<u>Финансово-экономическое обеспечение федеральных государственных органов, обеспечивающих безопасность Российской Федерации</u>
Квалификация выпускника:	<u>Экономист</u>
Форма обучения:	<u>очная</u>
Год начала подготовки	<u>2019</u>

<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института Протокол № 8 25 июня 2019 г. Председатель учебно-методической комиссии</p>  <p style="text-align: right;">М.В. Ишханян</p>	<p style="text-align: center;">Одобрено на заседании кафедры</p> <p style="text-align: center;">Протокол № 16 24 июня 2019 г. Заведующий кафедрой</p>  <p style="text-align: right;">З.П. Межох</p>
---	--

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: 2699  
Подписал: Заведующий кафедрой Межох Зоя Павловна  
Дата: 24.06.2019

Москва 2019 г.

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

Целью освоения учебной дисциплины «Транспортный маркетинг как инструмент обеспечения экономической безопасности» в соответствии с требованиями СУОС ВО является формирование у обучающегося компетенции ПКС-1.

Дисциплина нацелена на подготовку студентов к научно обоснованному принятию решений в области маркетинговой деятельности на транспорте, в частности, анализа рынка, проведения товарной, ценовой сбытовой политики.

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

Учебная дисциплина "Транспортный маркетинг как инструмент обеспечения экономической безопасности" 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. Экономическая безопасность:**

Знания: принципы организации и содержание финансовой работы хозяйствующих субъектов; принципы организации и проведения анализа и оценки угроз и рисков экономической безопасности

Умения: осуществлять поиск информации по полученному заданию, сбор, анализ данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; выделять проблемы, опасности, угрозы и риски, проводить их ранжирование по влиянию на обеспечение экономической безопасности хозяйствующих субъектов

Навыки: владеть методами и приёмами анализа экономических явлений и отслеживания новшеств в российском законодательстве в области экономической безопасности; базовыми навыками самостоятельного применения теоретических и практических основ и принципов изучаемой дисциплины

#### **2.1.2. Экономические основы транспортной деятельности:**

Знания: особенностей транспортного предприятия как субъекта предпринимательской деятельности, основ организации производства транспортных услуги управления транспортным предприятием..

Умения: определять себестоимость транспортных услуг, проводить оценку экономической эффективности работы транспортного предприятия.

Навыки: .оценки финансовых результатов деятельности транспортного предприятия,налогообложения, учета и отчетности

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

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Научно-исследовательская работа

2.2.2. Преддипломная практика

### 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	ПКС-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)	ПКС-1.1 Определяет, оценивает и использует источники информации, характеризующие деятельность финансовых и экономических структур с целью выявления угроз экономической безопасности. ПКС-1.2 Классифицирует, структурирует, обобщает, интерпретирует, систематизирует информацию необходимую для комплексного исследования финансовой и экономической деятельности хозяйствующих структур. ПКС-1.3 Анализирует собранную информацию, обеспечивает объективность анализа данных, определяет причинно-следственные связи изменений, произошедших за отчетный период, может оценить потенциальные угрозы и возможности в обозримом будущем.

#### 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 9
Контактная работа	68	68,15
Аудиторные занятия (всего):	68	68
В том числе:		
лекции (Л)	34	34
практические (ПЗ) и семинарские (С)	34	34
Самостоятельная работа (всего)	13	13
Экзамен (при наличии)	63	63
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	144	144
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	4.0	4.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)	ПК1, ПК2	ПК1, ПК2
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/ТП	КСР	СР	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	9	Раздел 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга			8		1	9	
2	9	Раздел 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте	22		2		1	25	
3	9	Раздел 3 Управление маркетингом на транспорте	4		4		1	9	
4	9	Раздел 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	4		4		1	9	ПК1, текущий контроль по разделам 1-3 (ТЕСТ №1, письменный опрос, решение практических задач)
5	9	Раздел 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга			2		1	3	
6	9	Раздел 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях			4		1	5	
7	9	Раздел 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга			2		1	3	
8	9	Раздел 8 Коммуникационная политика на транспорте			2		1	3	
9	9	Раздел 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности			2		5	7	
10	9	Раздел 10	4		4			8	ПК2

№ п/п	Семестр	Тема (раздел) учебной дисциплины	Виды учебной деятельности в часах/ в том числе интерактивной форме						Всего	Формы текущего контроля успеваемости и промежу- точной аттестации
			Л	ЛР	ПЗ/ТП	КСР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		Определение коммерческой эффективности меро- приятий маркетинга на транспортных предприятиях								
11	9	Экзамен						63	ЭК	
12		Всего:	34		34		13	144		

#### 4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 34 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	9	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	8
2	9	РАЗДЕЛ 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте	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	2
3	9	РАЗДЕЛ 3 Управление маркетингом на транспорте	Особенности управления маркетингом на транспорте Структура органов управления маркетингом на транспорте	3
4	9	РАЗДЕЛ 3 Управление маркетингом на транспорте	Система фирменного транспортного обслуживания на железнодорожном транспорте. Место и роль транспортно-экспедиционного обслуживания в системе маркетинга на транспорте	1
5	9	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	2
6	9	РАЗДЕЛ 4 Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	Методы формирования спроса на транспортные услуги	2
7	9	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	1
8	9	РАЗДЕЛ 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	Прогнозирование и оптимизация перевозок грузов в новых условиях	1



№ п/п	№ семестра	Тема (раздел) учебной дисциплины	Наименование занятий	Всего часов/ из них часов в интерактивной форме
1	2	3	4	5
9	9	РАЗДЕЛ 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Анализ рыночных возможностей транспортных предприятий Определение транспортной обеспеченности и до-ступности Управление качеством транспортного обслуживания	2
10	9	РАЗДЕЛ 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Использование логистики и новых технологий на транспорте. Планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке	2
11	9	РАЗДЕЛ 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Особенности ценовой политики при маркетинге Определение ценовой эластичности спроса на транспортные услуги	1
12	9	РАЗДЕЛ 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Анализ издержек при ценообразовании. Тарифная политика на различных видах транспорта. Виды скидок и надбавок в системе транспортных тарифов	1
13	9	РАЗДЕЛ 8 Коммуникационная политика на транспорте	Фирменный стиль и его воздействие на потребителей транспортных услуг Рекламная деятельность на транспорте	1
14	9	РАЗДЕЛ 8 Коммуникационная политика на транспорте	Другие неценовые методы стимулирования спроса на транспортные услуги	1
15	9	РАЗДЕЛ 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности	Подсобно-вспомогательная и диверсификационная деятельность на транспорте. Особенности маркетинга подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности на транспорте	1
16	9	РАЗДЕЛ 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности	Ценообразование на продукцию, работы и услуги подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности па транспорте	1
17	9	РАЗДЕЛ 10 Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях	Показатели экономической эффективности мероприятий маркетинга. Определение потока денежных средств и показателей коммерческой эффективности	2
18	9	РАЗДЕЛ 10 Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях	Примеры определения коммерческой эффективности маркетинговой деятельности	2
ВСЕГО:				34/0

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

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

## 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, электронный практикум (компьютерное моделирование и практический анализ результатов); 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	9	РАЗДЕЛ 1 Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	1
2	9	РАЗДЕЛ 2 Основные положения концепции маркетинга на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	1
3	9	РАЗДЕЛ 3 Управление маркетингом на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	1
4	9	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 [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	1
5	9	РАЗДЕЛ 5 Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	1

6	9	РАЗДЕЛ 6 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	1
7	9	РАЗДЕЛ 7 Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	1
8	9	РАЗДЕЛ 8 Коммуникационная политика на транспорте	Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	1
9	9	РАЗДЕЛ 9 Маркетинг подсобно-вспомогательной и диверсификационной деятельности	Определение коммерческой эффективности меро-приятый маркетинга на транспортных предприятиях. Самостоятельное изучение и обобщение пройденного теоретического материала по конспектам лекций, основной и дополнительной литературе [1-3]: «Транспортный маркетинг», «Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия». Прохождение тестирования, самостоятельное выполнение практических заданий.	5
ВСЕГО:				13

## 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	Управление спросом на железнодорожные перевозки и проблемы рыночного равновесия	Под ред. Ю.И. Соколова	М.: ФГОУ УМЦ ЖДТ, 2015 <a href="http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785890358318.html">http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785890358318.html</a>	Все разделы
2	Управление маркетинговой деятельностью на транспорте	Под ред. В.Г. Галабурды и Ю.И. Соколова	М.: РУТ (МИИТ), 2018 300 с. <a href="https://miit-ief.ru/student/elibrary/">https://miit-ief.ru/student/elibrary/</a>	Все разделы

### 7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум	Под общей редакцией С.В. Карповой, С.В. Мхитаряна	М.: Издательство Юрайт, 2018 – 404 с. <a href="http://urait.ru/catalog/413870">http://urait.ru/catalog/413870</a>	Все разделы

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

[http://miit-ief.ru/student/methodical\\_literature/](http://miit-ief.ru/student/methodical_literature/) (Электронная библиотека ИЭФ)  
<http://library.miit.ru> (НТБ МИИТа (электронно-библиотечная система))  
<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))  
<http://www.consultant.ru/>  
<http://www.aero.garant.ru>

## 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, система компьютерного тестирования АСТ. В образовательном процессе применяются следующие информационные технологии: персональные компьютеры; компьютерное тестирование; 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 лекционных занятий необходима специализированная лекционная 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. Выполнение практических заданий служит важным связующим звеном между самостоятельным 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 теоретических курсов и самостоятельной работы обучающихся. Их вместе с тем следует рассматривать как важное средство проверки усвоения обучающимися тех или иных теоретических положений, 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 специалиста важны не только серьезная теоретическая подготовка, знание основ транспортного маркетинга, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в его деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий. Подготовка устных докладов и презентационных материалов по тематике курса: закрепление и углубление знаний, полученных на занятиях и 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 учебным 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.

Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтра. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является

необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины, рассмотрены через соответствующие знания, умения и владения. Для проверки уровня освоения дисциплины предлагаются вопросы к зачету, тестирования, подготовка устных докладов и презентационных материалов по тематике курса, где каждый вариант содержит задания, разработанные в рамках основных тем учебной дисциплины и включающие терминологические задания.

Фонд оценочных средств является 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.

Основные методические указания для обучающихся по дисциплине указаны в разделе основная и дополнительная литература.