

**МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ**  
**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  
**«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»**

Кафедра        «Экономика, финансы и управление на транспорте»

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Транспортный маркетинг»**

Направление подготовки:	<u>38.03.01 – Экономика</u>
Профиль:	<u>Бухгалтерский учет, анализ и аудит</u>
Квалификация выпускника:	<u>Бакалавр</u>
Форма обучения:	<u>заочная</u>
Год начала подготовки	<u>2018</u>

## 1. Цели освоения учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Транспортный маркетинг» является формирование у обучающихся компетенций в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.03.01 «Экономика». В результате изучения дисциплины «Транспортный маркетинг» студент должен: знать:

- сущность, принципы и функции общего маркетинга;
- сущность, принципы и функции транспортного маркетинга;
- основные положения концепции маркетинга на транспорте;
- политику ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга;
- методы изучения транспортного рынка.

уметь:

- использовать теоретические знания для анализа маркетинговой ситуации;
- управлять маркетингом на транспорте;
- планировать и прогнозировать на транспорте в системе маркетинга;
- определять коммерческую эффективность мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях.

иметь представление:

- о дальнейших направлениях развития маркетинга на транспорте;
- о коммуникационной политике на транспорте.

## 2. Место учебной дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина "Транспортный маркетинг" относится к блоку 1 "Дисциплины (модули)" и входит в его вариативную часть.

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОК-3	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности
ПК-7	способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет

## 4. Общая трудоемкость дисциплины составляет

2 зачетные единицы (72 ак. ч.).

## 5. Образовательные технологии

Образовательные технологии, используемые при обучении по дисциплине "Транспортный маркетинг", направлены на реализацию компетентного подхода и широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. При выборе образовательных технологий традиционно используется: - лекционно-семинарская зачетная система: проведение лекций, практических занятий, прием зачета; - обучение в сотрудничестве (дискуссия); - информационно-коммуникационные технологии, которые, повышают практическую направленность образовательного процесса, способствуют интенсификации самостоятельной работы студентов и повышению познавательной активности (при

реализации образовательной программы используются веб-ресурсы университета и академии, электронная библиотечная система, электронная почта, работа с базами данных, информационно-справочными и поисковыми системами);- система инновационной оценки «портфолио» - создание портфолио и размещение курсовых работ студентов в сети Интернет.Интерактивная форма обучения представлена проведением дискуссий, в ходе проведения которых предусматривается вовлечение в учебный процесс всех студентов группы. При этом эффективность обеспечивается активностью студента не только в отношении преподавателя, но и в отношении других студентов, что позволяет обучающимся обмениваться идеями, что, в свою очередь, приводит к более качественному усвоению знаний. При реализации интерактивных форм проведения на практических занятиях применяются методы: выполнение тестовых заданий в диалоговом режиме. Также для студентов проводятся внеаудиторные консультации и индивидуальные занятия со студентами (помощь в понимании тех или иных вопросов в области транспортного маркетинга и пр.).Самостоятельная работа студента организована с использованием традиционных видов работы и интерактивных технологий. К традиционным видам работы относятся отработка теоретического материала по учебным пособиям, представленным в разделах "Основная литература", "Дополнительная литература" рабочей программы дисциплины. К интерактивным технологиям относится отработка отдельных тем, подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации в интерактивном режиме, интерактивные консультации в режиме реального времени по специальным технологиям, основанным на коллективных способах самостоятельной работы студентов. Комплексное использование в учебном процессе всех вышеназванных технологий стимулируют личностную, интеллектуальную активность, развивают познавательные процессы, способствуют формированию компетенций, которыми должен обладать будущий выпускник..

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

### **РАЗДЕЛ 1**

#### **Раздел 1. ОСНОВЫ ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА**

- 1.1.Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга
- 1.2.Основные положения концепции маркетинга на транспорте
- 1.3.Управление маркетингом на транспорте
- 1.4.Методы изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги

### **РАЗДЕЛ 1**

#### **Раздел 1. ОСНОВЫ ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА**

выполнение тестовых заданий

### **РАЗДЕЛ 2**

#### **Раздел 2. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА НА ТРАНСПОРТЕ**

- 2.1.Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга
- 2.2.Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях
- 2.3.Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга
- 2.4.Коммуникационная политика на транспорте
- 2.5.Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятиях

### **РАЗДЕЛ 2**

#### **Раздел 2. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА НА ТРАНСПОРТЕ**

дискуссия, выполнение тестовых заданий

Зачет