МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА (МИИТ)»

УТВЕРЖДАЮ:

Директор РОАТ

В.И. Апатцев

08 сентября 2017 г.

Кафедра «Экономика, финансы и управление на транспорте»

Автор Павлова Анна Николаевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Транспортный маркетинг

Направление подготовки:	38.03.01 – Экономика
Профиль:	Бухгалтерский учет, анализ и аудит
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Форма обучения:	заочная
Год начала подготовки	2017

Одобрено на заседании Учебно-методической комиссии института	Одобрено на заседании кафедры
Протокол № 1 08 сентября 2017 г. Председатель учебно-методической комиссии С.Н. Климов	Протокол № 2 08 сентября 2017 г. Заведующий кафедрой Л.В. Шкурина

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: 4329
Подписал: Заведующий кафедрой Шкурина Лидия Владимировна
Дата: 08.09.2017

Москва 2017 г.

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.

2.1. Наименования предшествующих дисциплин

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

2.1.1. Логистика:

Знания: основных особенностей российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства в части снабжения, хранения и транспортировки продукта, основ деловой этики

Умения: выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий.ю применять основы деловой этики

Навыки: самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений, использования основ деловой этики

2.1.2. Маркетинг:

Знания: способов сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных задач при проведении маркетинговых исследований

Умения: анализировать информацию, ставить цели и выбирать пути их достижения для маркетинга

Навыки: применять экономическое мышление

2.2. Наименование последующих дисциплин

Результаты освоения дисциплины используются при изучении последующих учебных дисциплин:

2.2.1. Научно-исследовательская работа

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	ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать и понимать: основы о транспортном маркетинге; методы изучения транспортного рынка; политику ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга Уметь: Применять на практике методы изучения транспортного рынка; политику ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга Владеть: навыками изучения транспортного рынка; методами ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга
2	ПК-7 способностью, используя отечественные и зарубежные источники информации, собрать необходимые данные проанализировать их и подготовить информационный обзор и/или аналитический отчет	Знать и понимать: способы и приемы поведения маркетинговых исследований на транспорте с подготовкой аналитических отчетов и маркетинговых кампаний Уметь: использовать отечественные и зарубежные источники для получения и анализа маркетинговой информации Владеть: методикой проведения маркетинговых исследований на транспорте

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

4.1. Общая трудоемкость дисциплины составляет:

2 зачетные единицы (72 ак. ч.).

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

	Количество часов	
Вид учебной работы	Всего по учебному плану	Семестр 5
Контактная работа	8	8,25
Аудиторные занятия (всего):	8	8
В том числе:		
лекции (Л)	4	4
практические (ПЗ) и семинарские (С)	4	4
Самостоятельная работа (всего)	60	60
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, часы:	72	72
ОБЩАЯ трудоемкость дисциплины, зач.ед.:	2.0	2.0
Текущий контроль успеваемости (количество и вид текущего контроля)		
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	ЗЧ	ЗЧ

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	5	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	2/0		2/0		25/0	29/0	, выполнение тестовых заданий
2	5	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	2/0		2/2		35/0	39/2	, дискуссия, выполнение тестовых заданий
3	5	Зачет	0/0		0/0		0/0	4/0	ЗЧ

№ 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
4		Всего:	4/0		4/2		60/0	72/2	

4.4. Лабораторные работы / практические занятия

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

Практические занятия предусмотрены в объеме 4 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. ОСНОВЫ ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА	Управление маркетингом на транспортеМетоды изучения транспортного рынка и формирования спроса на транспортные услуги	2 / 0
2	5	Раздел 2. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА НА ТРАНСПОРТЕ	Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортных предприятияхФормирование маркетинговой политики	2 / 2
			ВСЕГО:	4/2

4.5. Примерная тематика курсовых проектов (работ)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусмотрено учебным планом.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Образовательные технологии, используемые при обучении по дисциплине "Транспортный маркетинг", направлены на реализацию компетентностного 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. 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. ОСНОВЫ ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА	самостоятельное изучение и конспектирование отдельных тем учебной литературы, связанных с разделом; работа со справочной и специальной литературой; работа с базами данных, информационно-справочными и поисковыми системами; подготовка к текущему контролю знаний и промежуточной аттестации (подготовка к дискуссии, зачету). Литература [осн.лит.1,2; доп.лит.3,4,5] Базы данных и информационно-справочные и поисковые системы: [разделы 8, 9]	25
2	5	Раздел 2. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА НА ТРАНСПОРТЕ	самостоятельное изучение и конспектирование отдельных тем учебной литературы, связанных с разделом; работа со справочной и специальной литературой; работа с базами данных, информационно-справочными и поисковыми системами; подготовка к текущему контролю знаний и промежуточной аттестации (подготовка к дискуссии, зачету). Литература [осн.лит.1,2; доп.лит.3,4,5] Базы данных и информационно-справочные и поисковые системы: [разделы 8, 9]	35
			ВСЕГО:	60

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 : учебник для академического бакалавриата [Электронный ресурс]	И. М. Синяева, О. Н. Жильцова	М. : Издательство Юрайт, 2017ЭБС ЮРАЙТ https://www.biblio-online.ru/	Используется при изучении разделов, номера страниц 1, 2
2	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс]	С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна	М. : Издательство Юрайт, 2017ЭБС ЮРАЙТ https://www.biblio-online.ru/	Используется при изучении разделов, номера страниц 1, 2

7.2. Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор (ы)	Год и место издания Место доступа	Используется при изучении разделов, номера страниц
3	Основы маркетинга : учебное пособие [Электронный ресурс]	Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова	Москва : КноРус, 2016ЭБС БУК.РУhttps://www.book.ru/	Используется при изучении разделов, номера страниц 1, 2
4	Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата [Электронный ресурс]	И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий	М. : Издательство Юрайт, 2017ЭБС ЮРАЙТ https://www.biblio-online.ru/	Используется при изучении разделов, номера страниц 1, 2
5	Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров [Электронный ресурс]	С. В. Карпова	М. : Издательство Юрайт, 2017ЭБС ЮРАЙТ https://www.biblio-online.ru/	Используется при изучении разделов, номера страниц 1, 2

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

1. http://www.marketing.spb.ru/ - энциклопедия маркетолога
2. Официальный сайт МИИТ – http://miit.ru/
3. Электронно-библиотечная система РОАТ – http://lib.rgotups.ru/
4. Электронно-библиотечная система Научно-технической библиотеки МИИТ - http://library.miit.ru/
5. Электронные расписания занятий – http://appnn.rgotups.ru:8080/scripts/B23.exe/R01
6. Система «Космос» – http://stellus.rgotups.ru/
7. Электронные сервисы АСУ Университет (АСПК РОАТ) – http://appnn.rgotups.ru:8080/
8. Поисковые системы «Яндекс», «Google» для доступа к тематическим информационным ресурсам

9. Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» – http://www.biblio-online.ru/
10. Электронно-библиотечная система «BOOK.ru» – http://www.book.ru/
11. http://www.consultant.ru - справочная правовая система КонсультантПлюс.
12. http://www.marketingpro.ru/ - сайт журнала «Маркетинг PRO»

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

Программное обеспечение должно позволять выполнить все предусмотренные учебным планом виды учебной работы по дисциплине «Транспортный маркетинг»: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.
Все необходимые для изучения дисциплины учебно-методические материалы размещены на сайте http://stellus.rgotups.ru/. Студентам для доступа к учебно-методическим материалам необходимо зарегистрироваться в системе.
Доступ к личному кабинету и к электронной образовательной среде университета студент осуществляет через сайт http://miit.ru/.
При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы:
- для проведения лекций, демонстрации презентаций и ведения интерактивных занятий: Microsoft Office 2003 и выше.
- для доступа к учебно-методическим материалам на сайте http://stellus.rgotups.ru/: Браузер Internet Explorer 6.0 и выше.
- для выполнения текущего контроля успеваемости: Браузер Internet Explorer 6.0 и выше.
- для доступа к личному кабинету и электронной образовательной среде университета: Браузер Google Chrome.
- для выполнения практических заданий: СПС Консультант плюс (Гарант), специализированное прикладное программное обеспечение не предусмотрено.
- для самостоятельной работы студентов: Microsoft Office 2003 и выше, регистрация в электронной библиотечной системе, программные продукты общего применения.

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

Учебные аудитории для проведения занятий соответствуют требованиям охраны труда по освещенности, количеству рабочих (посадочных) мест студентов и качеству учебной (аудиторной) доски, а также соответствуют условиям пожарной безопасности.
Освещённость рабочих мест соответствует действующим СНиПам.
Учебные аудитории для проведения лекций, практических занятий, выполнения курсовых работ (проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации (стационарное или переносное мультимедийное оборудование, переносной компьютер или ноутбук), оборудованы маркерными или меловыми досками.
В процессе проведения занятий лекционного типа используются раздаточные и демонстрационные материалы, презентации, учебно-наглядные пособия.
Кабинеты оснащены следующим оборудованием, приборами и расходными материалами, обеспечивающими проведение предусмотренных учебным планом занятий по дисциплине:
- для проведения лекций, демонстрации презентаций, ведения интерактивных занятий:

учебная доска (меловая или маркерная), мел или маркер, стационарное или переносное мультимедийное оборудование.
- для выполнения текущего контроля успеваемости: учебная доска (меловая или маркерная), мел или маркер.
- для проведения информационно - коммуникационных-интерактивных занятий (представления презентаций, графических материалов, видеоматериалов) требуется стационарное или переносное мультимедийное оборудование.
- для проведения практических занятий: учебная доска (меловая или маркерная), мел или маркер, стационарное или переносное мультимедийное оборудование.
- для организации самостоятельной работы студентов: рабочее место студента.
Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

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

В процессе освоения дисциплины «Транспортный маркетинг» предусмотрена контактная работа с преподавателем, в том числе с применением электронной информационно-образовательной среды университета. Освоение дисциплины включает в себя лекционные занятия, практические занятия, индивидуальную работу с преподавателем, а также аттестационные испытания промежуточной аттестации обучающихся.
Лекционные занятия включают в себя ознакомление студентов с основным материалом, который подготавливает преподаватель. Преподаватель акцентирует свое внимание на наиболее важных вопросах для изучения и конспектирования. Студентам рекомендуется не пропускать лекционных занятий и конспектировать предлагаемый материал, на занятиях необходимо иметь письменные принадлежности. Конспект может вестись как с использованием ручки и тетради, так и с использованием компьютерных технологий (ноутбука, либо планшета).
Главная задача лекционного курса - сформировать у обучающихся системное представление об изучаемом предмете, обеспечить усвоение основополагающего учебного материала, принципов и закономерностей развития соответствующей научно-практической области, а также методов применения полученных знаний, умений и навыков.
Практические занятия включают в себя решение практических заданий по дисциплине, участие в дискуссии, выполнение заданий в тестовой форме, рассмотрение вопросов по контрольной работе. Для подготовки к дискуссии студент заранее знакомится с темами дискуссии, представленными в ФОС дисциплины. Для подготовки к занятиям необходимо заранее ознакомиться с рекомендованной литературой по изучаемым разделам дисциплины. На занятии необходимо иметь тетрадь, ручку, также можно использовать компьютерные технологии (ноутбук, либо планшет).
В рамках самостоятельной работы студент должен готовится к дискуссиям. Во время самостоятельной работы можно получить групповые или индивидуальные консультации у преподавателя, а том числе с использованием электронной образовательной среды университета.
Промежуточной аттестацией по дисциплине является зачет. Подробное описание процедуры проведения промежуточной аттестации приведено в ФОС по дисциплине "Транспортный маркетинг".