

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
базового высшего образования
по направлению подготовки
38.03.01 Экономика,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Транспортный маркетинг

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль): Экономика транспортного и логистического
бизнеса

Форма обучения: Заочная

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: 4329
Подписал: заведующий кафедрой Шкурина Лидия
Владимировна
Дата: 13.07.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью изучения специальной дисциплины является приобретение теоретических знаний в области маркетинга услуг и транспортного маркетинга.

В соответствии с этим основными задачами дисциплины являются:

- изучение специфики маркетинга услуг, в том числе транспортного маркетинга;
- изучение терминологии транспортного маркетинга;
- изучение методологии маркетинговых и рыночных исследований в сфере транспорта;
- широкое изучение отечественного и зарубежного опыта использования принципов маркетинга для повышения качества и конкурентоспособности железнодорожного транспорта;
- определение эффективности мероприятий маркетинга на транспорте;
- использовать инструменты комплекса маркетинга для обеспечения конкурентоспособности транспортной организации;
- обосновывать управленческие решения в области маркетинга на основе процессной аналитики;
- управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, в т.ч. на транспорте;
- проводить исследования, формировать модели жизненного цикла продукта, транспортной услуги.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ОПК-1 - Способен применять знания в области экономики и управления для решения типовых профессиональных задач;

УК-1 - Способен осмысленно подходить к решению задач, выявлять проблемы, ставить цели, вырабатывать стратегию действий.

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

Знать:

-концепции маркетинга и хронологию их развития; маркетинговые технологии при реализации инвестиционных и инновационных проектов в транспортной сфере, систему функций маркетинга;

состав системы маркетинговой информации на транспорте;

- методы сбора маркетинговой информации;

- последовательность маркетингового планирования на транспорте;

- возможные структуры управления маркетингом в транспортной организации;

- современное состояние и тенденции развития мирового и российского транспортного

- рынка, влияющие на маркетинговые решения;

- особенности маркетинга внутренней и внешней среды транспортной компании.

Уметь:

- выполнять комплексный анализ транспортной организации и рынка ее деятельности;

- формировать основные элементы комплекса маркетинга;

- использовать маркетинговый инструментарий в практической деятельности коммерческого транспортного предприятия оценивать экономическую эффективность разработанных маркетинговых мероприятий.

Владеть:

- навыками использования комплекса маркетинга для достижения целей транспортной организации;

- разработки и реализации стратегии и тактики целевого транспортного маркетинга.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 з.е. (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	Семестр №3
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	12	12
В том числе:		
Занятия лекционного типа	4	4
Занятия семинарского типа	8	8

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 168 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 КОНЦЕПЦИИ ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА. Сущность, принципы и функции общего маркетинга. Концепции, виды и типы маркетинга. Система маркетинговой деятельности на предприятии. Особенности маркетинга на транспорте. Характеристика и особенности транспортного рынка и его продукции. Субъекты транспортного рынка и окружающая среда маркетинга. Виды и особенности конкуренции на транспортном рынке.
2	МЕТОДЫ ИЗУЧЕНИЯ РЫНКА И КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА НА ТРАНСПОРТЕ. Методы изучения транспортного рынка и спроса на перевозки. Сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг. Комплекс маркетинга на транспортных предприятиях. Политика ценообразования на транспортном рынке: тарифная политика, эластичность спроса, скидки и надбавки. Коммуникационная политика на транспорте. Управление качеством транспортного обслуживания. Планирование и прогнозирование перевозок в системе маркетинга. Определение экономической эффективности маркетинговых мероприятий.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Маркетинговые исследования и анализ рынка перевозок. Сбор и обработка маркетинговой информации. Анализ рыночных возможностей транспортной компании. Сегментация рынка транспортных услуг и выбор целевого сегмента.
2	Сбор и обработка маркетинговой информации. Анализ рыночных возможностей транспортной компании. Сегментация рынка транспортных услуг и выбор целевого сегмента. Разработка анкет для всестороннего обследования потребителей транспортных услуг. Планирование

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	маркетинговой деятельности транспортной компании.
3	Обоснование мероприятий по тарифному стимулированию спроса. Расчёт величины снижения тарифа, предельных размеров скидок, допустимой тарифной ставки. Оценка конкурентоспособности транспортного предприятия.
4	Оценка качества и эффективности маркетинговых мероприятий. Методика оценки качества транспортного обслуживания «Колесо качества». Разработка рекламной кампании транспортно-экспедиционного предприятия. Расчёт показателей экономической эффективности маркетинговых мероприятий.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Работа с литературой
2	Подготовка к практическим занятиям
3	Подготовка к текущему контролю
4	Подготовка к промежуточной аттестации
5	Подготовка к промежуточной аттестации.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Галабурда, В.Г. Транспортный маркетинг : учебное пособие / В. Г. Галабурда, Ю. Г. Соколов, Г. В. Бубнова, Е. А. Иванова, А. В. Стрельцов, И. М. Лавров. — Москва : ФГБУ ДПО «Учебно методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020. — 472 с. — 978-5-907206-16-8. — Текст : электронный	УМЦ ЖДТ : электронная библиотека. — URL: https://umczdt.ru/books/1216/242217
2	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583876
3	Маркетинг услуг : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19490-6. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589804

1	Транспортная инфраструктура : учебник и практикум для вузов / А. И. Солодкий, А. Э. Горев, Э. Д. Бондарева, Н. В. Черных ; под редакцией А. И. Солодкого. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 443 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18169-2. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583485
---	---	--

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

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РОАТ РУТ (МИИТ) (<http://irbis.roatrut.ru/jirbis2/>).

Электронная библиотека учебно-методического центра по образованию на железнодорожном транспорте - <http://umczdt.ru>

Поисковые системы "Яндекс", "Google" для доступа к тематическим информационным ресурсам

Справочно-правовая система "Гарант" - <http://garant.ru>

Справочно-правовая система "Консультант Плюс". - <http://consultant.ru>.

Официальный сайт Правительства РФ - <http://government.ru>

Официальный сайт Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru/minec/main>

Официальный сайт министерства транспорта РФ (законодательные и нормативно-правовые акты) - <http://www.mintrans.ru/documents>

Официальный сайт ОАО "РЖД" - <http://rzd.ru>

Федеральная служба государственной статистики (<http://rosstat.gov.ru>)

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

Браузеры:

- Яндекс.Браузер,

- Google Chrome,

- Mozilla Firefox;

Офисный пакет Microsoft Office 2003 и выше.

Свободно распространяемые офисные пакеты:

- LibreOffice,

- OnlyOffice,

- OpenOffice;

Программы для чтения PDF:

- Adobe Acrobat Reader,
- Foxit Reader.

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

Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование у студентов знаний и профессиональных навыков в области логистического обеспечения международного экономического взаимодействия с учётом современной ситуации на мировом рынке транспортных услуг.

Задачами дисциплины (модуля) являются:

- формирование у обучающегося знаний по управлению материальными и информационными потоками в ВЭД;
- формирование у обучающегося знаний механизмов внешнеторговой перевозки и базисных условий поставки;
- формирование у обучающегося знаний по классификации типов тары и упаковки, пригодной для международной перевозки;
- формирование у обучающегося знаний по организации смешанных и мультимодальных перевозок;
- формирование навыков разработки логистических маршрутов и расчета стоимости доставки.

9. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен в 3 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

Е.Б. Бабошин

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭИФ

Л.В. Шкурина

Председатель учебно-методической
комиссии

С.Н. Климов