

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



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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Управление маркетингом в международных компаниях транспортного
рынка**

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Международный транспортный бизнес

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: 1054949
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Кокорев Игорь
Анатольевич
Дата: 09.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины формирование у обучающихся теоретической базы и практических компетенций в области управления эффективностью международного маркетинга, ориентированного на специфику транспортного бизнеса. А также на развитие способности анализировать глобальные рынки транспортных услуг, разрабатывать стратегии продвижения продукции и услуг компаний транспорта, оценивать эффективность маркетинговых мероприятий и применять инструменты стратегического планирования.

Задача дисциплины:

- Ознакомление с основными понятиями и принципами международного маркетинга.
- Освоение механизмов разработки и реализации эффективных маркетинговых стратегий в международных компаниях.
- Владение современными методами анализа и оценки эффективности маркетинговых решений.
- Развитие готовности к решению нестандартных проблем в условиях высокой конкуренции на международных рынках.
- Повышение уровня владения информацией о технологиях, используемых в международном маркетинге транспортных компаний.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-1 - Способен оценивать результаты оперативного и тактического управления бизнесом на основе сбора, мониторинга, анализа и контроля данных с учетом внешнеэкономических изменений;

ПК-2 - Способен принимать стратегические решения и выявлять их влияние на финансово-экономические результаты корпорации, ее конкурентоспособность и устойчивость при работе на международном рынке транспортных услуг;

ПК-3 - Способен разрабатывать комплекс мероприятий по продвижению бизнеса, определять рациональное ресурсное обеспечение, формировать бизнес-план инвестиционного проекта, учитывать страновые и отраслевые риски при ведении и расширении бизнеса, в том числе в странах БРИКС.

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

Знать:

- подходы к оценке результатов оперативного и тактического управления бизнесом на основе сбора, мониторинга, анализа и контроля данных с учетом внешнеэкономических изменений
- основы принятия стратегических решений и степень их влияния на финансово-экономические результаты корпорации, ее конкурентоспособность и устойчивость при работе на международном рынке транспортных услуг
- комплекс мероприятий по продвижению бизнеса для рационального ресурсного обеспечения, учитывая страновые и отраслевые риски при ведении и расширении бизнеса, в том числе в странах БРИКС

Уметь:

- подходы к оценке результатов оперативного и тактического управления бизнесом на основе сбора, мониторинга, анализа и контроля данных с учетом внешнеэкономических изменений
- основы принятия стратегических решений и степень их влияния на финансово-экономические результаты корпорации, ее конкурентоспособность и устойчивость при работе на международном рынке транспортных услуг
- комплекс мероприятий по продвижению бизнеса для рационального ресурсного обеспечения, учитывая страновые и отраслевые риски при ведении и расширении бизнеса, в том числе в странах БРИКС

Владеть:

- подходами к оценке результатов оперативного и тактического управления бизнесом на основе сбора, мониторинга, анализа и контроля данных с учетом внешнеэкономических изменений
- основами принятия стратегических решений и степень их влияния на финансово-экономические результаты корпорации, ее конкурентоспособность и устойчивость при работе на международном рынке транспортных услуг
- основами комплекса мероприятий по продвижению бизнеса для рационального ресурсного обеспечения, учитывая страновые и отраслевые риски при ведении и расширении бизнеса, в том числе в странах БРИКС

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 8 з.е. (288 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	
		№2	№3
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	56	32	24
В том числе:			
Занятия лекционного типа	32	16	16
Занятия семинарского типа	24	16	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 232 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	Тема 1. Концепции международного маркетинга Рассматриваемые вопросы: Международный маркетинг: определение, содержание, возникновение и развитие Основные стадии перехода к глобальному маркетингу
2	Тема 2. Среда международного маркетинга Рассматриваемые вопросы: Характеристика международной маркетинговой среды. Макросреда международного маркетинга.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	Микросреда международного маркетинга. Современная инфраструктура международного бизнеса и предпринимательский климат.
3	Тема 3. Исследования в международном маркетинге Рассматриваемые вопросы: Основные направления исследований в международном маркетинге. Маркетинговая оценка надежности зарубежных деловых партнеров. Сегментация международных рынков. Методы и стадии исследования международных рынков.
4	Тема 4. Стратегии международного маркетинга. Рассматриваемые вопросы: Понятие, сущность и виды международных маркетинговых стратегий. Факторы, определяющие выбор стратегии. Операционное, тактическое и стратегическое маркетинговое планирование.
5	Тема 5. Организация и регулирование международной маркетинговой деятельности. Рассматриваемые вопросы: Организационные формы выхода на международные рынки. Маркетинговое обеспечение международных коммерческих операций.
6	Тема 6. Ценовая политика в международном маркетинге. Рассматриваемые вопросы: Роль и место ценовой политики в международном маркетинге. Основные методы и стратегии ценообразования. Формирование экспортных цен в условиях конкуренции. Виды цен, используемых во внешнеторговых операциях.
7	Тема 7. Система распределения в международном маркетинге. Рассматриваемые вопросы: Каналы распределения на международных рынках. Выбор каналов распределения и управление ими в международном маркетинге. Интегрированная логистика в международном маркетинге. Организация деятельности по развитию розничных сетей в других странах.
8	Тема 8. Коммуникативная политика в международном маркетинге. Рассматриваемые вопросы: Характеристика международной коммуникативной политики. Международная реклама. Международные рекламные стратегии и формы их реализации. PR в международном маркетинге. Международные выставки.
9	Тема 9. Основные понятия. Историческое развитие транспортных систем Рассматриваемые вопросы: Понятие единого транспортного пространства. Глобализация и ее влияние на транспортные системы. Ключевые термины: транспортные коридоры, логистические узлы, интермодальность. Эволюция международных транспортных маршрутов. Формирование современных транспортных сетей.
10	Тема 10. Международные транспортные организации и регулирование. Транспортные коридоры и их значение Рассматриваемые вопросы: Основные международные организации. Международные конвенции и соглашения. Классификация транспортных коридоров.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<p>Экономическое и геополитическое значение коридоров. Проблемы и перспективы развития.</p>
11	<p>Тема 11. Морской транспорт в глобальной логистике. Воздушный транспорт и его транснационализация. Железнодорожный транспорт и его интеграция. Автомобильные и мультимодальные перевозки. Рассматриваемые вопросы: Роль морских перевозок в международной торговле. Крупнейшие порты и контейнерные терминалы мира. Правовое регулирование морских перевозок. Структура международного авиационного рынка. Проблемы либерализации воздушных перевозок. Особенности международных железнодорожных перевозок. Проекты интеграции Технологические инновации. Роль автотранспорта в международной логистике. Система TIR и ее значение. Интермодальные и мультимодальные перевозки.</p>
12	<p>Тема 12. Транснационализация транспортного бизнеса. Управление международными транспортными компаниями. Цифровизация и инновации в транспорте. Рассматриваемые вопросы: Понятие и этапы транснационализации. Формы выхода на международные рынки. Примеры успешных транснациональных транспортных компаний. Организационные структуры. Стратегии конкуренции в транспортном секторе. Управление рисками в международных перевозках. Smart-технологии в логистике. Блокчейн и цифровые платформы для перевозок. Автоматизация и беспилотный транспорт.</p>
13	<p>Тема 13. Экологические аспекты транспортной деятельности Рассматриваемые вопросы: Понятие «зеленой» логистики. Альтернативные виды топлива и энергоэффективность. Экологические стандарты и регулирование.</p>
14	<p>Тема 14. Таможенное регулирование и документация. Стратегии развития транспортных компаний Рассматриваемые вопросы: Основные таможенные процедуры. Транспортная документация (CMR, коносамент, авианакладная). Особенности таможенного оформления в разных странах. Анализ рынков и выбор стратегии экспансии. Государственно-частное партнерство в транспорте.</p>
15	<p>Тема 15. Влияние геополитики на транспортные системы Рассматриваемые вопросы: Санкции и их влияние на международные перевозки. Транспортные проекты в условиях кризисов. Роль транспортной инфраструктуры в национальной безопасности.</p>
16	<p>Тема 16. Перспективы развития единого транспортного пространства Рассматриваемые вопросы:</p>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	Тренды в глобальной транспортной системе. Интеграционные проекты. Прогнозы и сценарии развития единого транспортного пространства до 2030 года.

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	1. Концепции международного маркетинга В результате выполнения практического задания студент получает представление о международном маркетинге (определение, содержание, возникновение и развитие), об основных стадиях перехода к глобальному маркетингу
2	2. Исследования в международном маркетинге В результате выполнения практического задания студент получает представление об основных направлениях исследований в международном маркетинге, о маркетинговой оценке надежности зарубежных деловых партнеров, о сегментации международных рынков, о методах и стадиях исследования международных рынков.
3	3. Стратегии международного маркетинга. В результате выполнения практического задания студент получает представление о сущности и видах международных маркетинговых стратегий, о факторах, определяющие выбор стратегии, о операционном, тактическом и стратегическом маркетинговом планировании.
4	4. Организация и регулирование международной маркетинговой деятельности. В результате выполнения практического задания студент получает представление об организационных формах выхода на международные рынки, о маркетинговом обеспечении международных коммерческих операций.
5	5. Основные понятия. Историческое развитие транспортных систем В результате выполнения практического задания студент получает представление о едином транспортном пространстве, о глобализации и ее влиянии на транспортные системы, об эволюции международных транспортных маршрутов, о формировании современных транспортных сетей.
6	6. Международные транспортные организации и регулирование. Транспортные коридоры и их значение В результате выполнения практического задания студент получает представление об основных международных организациях, о международных конвенциях и соглашениях, об экономическом и геополитическом значении коридоров, о проблемах и перспективах развития.
7	7. Морской транспорт в глобальной логистике. Воздушный транспорт и его транснационализация. Железнодорожный транспорт и его интеграция. Автомобильные и мультимодальные перевозки. В результате выполнения практического задания студент получает представление о роли морских перевозок в международной торговле, о правовом регулировании морских перевозок, о структуре международного авиационного рынка, об особенностях международных железнодорожных перевозок, о роли автотранспорта в международной логистике.
8	8. Транснационализация транспортного бизнеса. Управление международными транспортными компаниями. Цифровизация и инновации в транспорте. В результате выполнения практического задания студент получает представление об этапах транснационализации, о формах выхода на международные рынки, о стратегии конкуренции в транспортном секторе, об управлении рисками в международных перевозках.

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
9	9. Экологические аспекты транспортной деятельности В результате выполнения практического задания студент получает представление «зеленой» логистике, об альтернативных видах топлива и энергоэффективность, о экологических стандартах.
10	10. Таможенное регулирование и документация. Стратегии развития транспортных компаний В результате выполнения практического задания студент получает представление об основных таможенных процедурах, о транспортной документации, об особенностях таможенного оформления в разных странах, об анализе рынков и выборе стратегии экспансии, о государственно-частном партнерстве в транспорте.
11	11. Влияние геополитики на транспортные системы В результате выполнения практического задания студент получает представление о транспортных проектах в условиях кризисов.
12	12. Перспективы развития единого транспортного пространства В результате выполнения практического задания студент получает представление о тенденциях в глобальной транспортной системе, об интеграционных проектах.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Работа с лекционным материалом и литературой
3	Подготовка презентаций на заданную преподавателем тему
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 343 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17118-1. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583335 (дата обращения: 09.06.2026).
2	Герامي, В. Д. Управление транспортными системами. Транспортное обеспечение логистики : учебник и практикум для вузов / В. Д. Герامي, А. В. Колик. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 536 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18372-6. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583214 (дата обращения: 09.06.2026).

3	Эмирова, А. Е. Международная логистика : учебник для вузов / А. Е. Эмирова, Н. Д. Эмиров. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 180 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21662-2. — Текст : электронный	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/588559 (дата обращения: 09.06.2026).
---	--	--

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

1. Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) <http://library.miiit.ru>
2. Информационный портал Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
3. Поисковые системы: Yandex - <https://ya.ru/> , Mail - <https://mail.ru/>
4. Проект IQ Media - <https://iq-media.ru/>

В основе материалов — научная и практическая экспертиза НИУ ВШЭ в области высоких технологий и изучения человеческого потенциала, а также компетентное мнение специалистов по ключевым вопросам, касающимся образования, развития человека, высоких технологий, мировых трендов в науке и многих других сфер.

5. Сервис информационной рассылки новых публикаций по экономике (New Economics Papers) <https://nep.repec.org/>

Данная почтовая рассылка дает возможность следить за последними научными публикациями по экономике, изданными в RePEc, а также за новыми исследованиями в различных сферах этой науки. Пользователь может самостоятельно выбрать тему для рассылки.

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

1. Microsoft Internet Explorer (или другой браузер);
2. Операционная система Microsoft Windows;
3. Microsoft Office;
4. При проведении занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, могут применяться следующие средства коммуникаций: ЭИОС РУТ(МИИТ), электронная почта и т.п.

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

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория с мультимедиа аппаратурой. Для проведения практических занятий требуется аудитория, оснащенная мультимедиа аппаратурой и компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет".

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет во 2 семестре.

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
«Международный бизнес»

А.М. Смолина

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой МБ

И.А. Кокорев

Председатель учебно-методической
комиссии

В.В. Васильчев