

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



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
высшего образования - программы бакалавриата
по направлению подготовки
26.03.01 Управление водным транспортом и
гидрографическое обеспечение судоходства,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Управление разработкой и продвижением продукции водного
транспорта**

Направление подготовки: 26.03.01 Управление водным транспортом и
гидрографическое обеспечение судоходства

Направленность (профиль): Управление транспортными системами и
логистическим сервисом на водном
транспорте

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: 1055603
Подписал: И.о. заведующего кафедрой Шепелин Геннадий
Ильич
Дата: 05.06.2025

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целью освоения учебной дисциплины «Управление разработкой и продвижением продукции водного транспорта» является формирование у студентов профессиональных компетенций в области эффективного управления и коммерческого использования водного транспорта, направленные на максимизацию прибыли, оптимизацию логистических процессов, обеспечение безопасности перевозок и соблюдение нормативно-правовых требований.

Задачи дисциплины заключаются в формировании:

- знаний в области правовых, технологических, организационных и экологических аспектов коммерческой эксплуатации флота;
- профессиональных навыков, связанных с коммерческим управлением флотом, разработкой тарифных систем, анализом себестоимости и рентабельности рейса, организации грузовых и пассажирских перевозок;
- представлений о взаимодействии с портовой инфраструктурой и клиентским сервисом в условиях рыночной конкуренции и необходимости соответствовать международным стандартам;
- понимания специфики транспортной услуги и коммерческой деятельности транспортного предприятия, традиций и особенностей работы коммерческого флота;
- основ грузозащиты и правил перевозок отдельных видов грузов и их документального оформления;
- знаний в области гидрографии, классификации водных путей, флота и портов;
- навыков калькуляции количественных и качественных показателей эффективности работы коммерческого флота.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

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

ПК-2 - Способен к организации работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг с участием водного транспорта;

ПК-6 - Способен использовать приемы и методы работы с персоналом, методы оценки качества и результативности труда персонала предприятий водного транспорта;

ПК-7 - Способен к проведению технико-экономического анализа, поиску путей сокращения цикла выполнения работ.

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

Знать:

- нормативно-правовую базу, регулирующую взаимодействие с подрядчиками и критерии их выбора;
- особенности тарифной политики и ценообразования услуг подрядчиков на водном транспорте;
- основы трудового законодательства и государственной политики в сфере регулирования социально-трудовых отношений на водном транспорте;
- методы мотивации и стимулирования персонала и принципы работы автоматизированных систем управления для контроля производительности и учета рабочего времени сотрудников предприятий водного транспорта;
- технологии оценки качества труда сотрудников предприятий водного транспорта: аудит компетенций, аттестация и пр;
- особенности управления многофункциональными командами и коллективами в условиях специфики водного транспорта;
- методы технико-экономического анализа, включая расчет себестоимости, оценка эффективности инвестиций, анализ жизненного цикла проектов;

Уметь:

- проводить аудит подрядчиков: анализировать их -технические возможности, финансовые отчеты, историю выполнения контрактов;
- разрабатывать и внедрять KPI для оценки результативности труда персонала предприятий водного транспорта;
- использовать статистические модели (трендовый анализ, регрессия) для прогнозирования показателей отрасли и оптимизации циклов работ;

Владеть:

- технологиями оценки экономической эффективности сотрудничества;
- методами разработки мотивационных схем, учитывающих сезонность и риски водного транспорта;
- техниками проведения собеседований, ассесмент-центров, оценки soft skills и планирования карьерного роста в рамках предприятий в условиях специфики морских и речных компаний;
- практикой адаптации новых сотрудников в экипажи и береговые службы с учетом требований безопасности и корпоративной культуры;
- опытом разработки бизнес-кейсов для обоснования инвестиций в технологии, сокращающие время и затраты на выполнение операций предприятий водного транспорта.

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 4 з.е. (144 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):	80	80
В том числе:		
Занятия лекционного типа	32	32
Занятия семинарского типа	48	48

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 64 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	Транспортная системы России как объект управления Классификация видов транспорта. Структурно-функциональная характеристика транспорта. Классы транспортных структур на разных уровнях управления. Методы и предпосылки государственного управления на транспорте. Структуры управления, структурная реформа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
2	<p>Особенности транспортного производства.</p> <p>Транспорт как отрасль материального производства. Особенности транспортной отрасли.</p> <p>Специфические особенности транспортного производства</p>
3	<p>Ретроспектива развития маркетинга на транспорте и становление маркетинга и менеджмента как самостоятельных научных направлений</p> <p>Эволюция маркетинговых концепций, эволюция управленческой мысли и маркетинга как науки</p>
4	<p>Функции и виды маркетинга и проектирование маркетинговых структур на предприятиях водного транспорта</p> <p>Функции управления и их особенности в транспортной отрасли. Уровни управления, комплексы задач, решаемые на каждом уровне управления</p>
5	<p>Маркетинг-менеджмент, как философия и методология современного управления на водном транспорте</p> <p>Функции и виды маркетинга и менеджмента, их особенность на водном транспорте</p>
6	<p>Методологические основы маркетингового исследования</p> <p>Система маркетинговой информации и методы её сбора: сегментирование, ёмкость рынка, целевая аудитория, конкурентоспособность, потребительское поведение, виды маркетинговой информации и способы сбора и анализа</p>
7	<p>Маркетинговая среда предприятия водного транспорта</p> <p>Понятие маркетинговой среды на макро и микроуровнях. Виды конкуренции.</p> <p>Внутрипроизводственная среда предприятий водного транспорта. Контактные аудитории транспортного рынка</p>
8	<p>Управление развитием и использованием производственных мощностей на транспорте</p> <p>Показатели производственной мощности - провозная, пропускная и перерабатывающая способности. Резервы производственной мощности и способы их рационального использования.</p> <p>Диагностический анализ транспортных комплексов. Общие характеристики процесса управления судоходной компанией и основы планирования в судовом менеджменте</p>
9	<p>Предпринимательство и государственно-частное партнерство на транспорте</p> <p>Проблемы развития предпринимательства на транспорте. Формы взаимодействия крупного и мелкого предпринимательства на транспорте. Формы и виды партнерства. Концессия, ее достоинства и области применения. Основные типы концессионных соглашения и их характеристики. Принципы концессии.</p>
10	<p>Понятие комплекса транспортного маркетинга и стратегии на транспортном рынке</p> <p>Решения по элементам комплекса, товарные стратегии, жизненный цикл: понятие, виды, стратегии, конкурентоспособность, брендинг</p>
11	<p>Цена в комплексе транспортного маркетинга и ценовые стратегии предприятий водного транспорта</p> <p>Ценообразование, ценовая эластичность, ценовые стратегии, понятие безубыточности</p>
12	<p>Сбыт в комплексе транспортного маркетинга и сбытовые стратегии предприятий водного транспорта</p> <p>Прямой и косвенный сбыт, уровни каналов распределения, горизонтальная и вертикальная маркетинговые системы, франчайзинг</p>
13	<p>Коммуникации в комплексе транспортного маркетинга и коммуникационные стратегии на примере пассажирского сегмента транспортного рынка</p> <p>Реклама, прямой маркетинг, PR, соцсети и таргетирование</p>
14	<p>Организация и управление маркетинга на водном транспорте</p> <p>Маркетинг качества транспортных услуг, технология разработки управленческих решений в маркетинге, управление маркетинговой информацией</p>

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
15	Экономическая эффективность маркетинговой деятельности на водном транспорте Показатели эффективности и методы их расчёта, транспортный и внетранспортный эффект
16	Экономическая эффективность маркетинговой деятельности на водном транспорте Показатели эффективности и методы их расчёта, транспортный и внетранспортный эффект

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	Особенности транспортного производства и транспортные системы Европы, США и КНР как объекты управления Вопросы для обсуждения: Особенности транспортной отрасли. Специфические особенности транспортного производства. Функции управления и их особенности в транспортной отрасли. Уровни управления, комплексы задач, решаемые на каждом уровне управления. Органы управления транспортными системами, их функции и организационные структуры. Особенности управления магистральными видами транспорта. Сообщения на тему - Особенности Шведской и Немецкой моделей управления на железнодорожном транспорте.
2	Эволюция маркетинговых концепций и маркетинга как философии управления Рассматриваемые вопросы: 1. Факторы, ставшие причиной формирования маркетинговых концепций 2. Сущность и особенность маркетинговых концепций 3. Понятие и этапы формирования транспортного маркетинга и его сущность 4. Виды и функции маркетинга Заполнить аналитические таблицы
3	Особенности становления и развития менеджмента на водном транспорте Рассматриваемые вопросы: 1. Сущность, задачи, особенности менеджмента. 2. Основные подходы, оказавшие существенный вклад в развитие теории и практики управления. 3. Временной период, основные представители, сущность и задачи школы научного управления. 4. Сущность и задачи административной (классической) школы управления. 5. Основные положения и представители школы человеческих отношений. 6. Бихевиористское направление. 7. Количественный подход в управлении. 8. Процессный подход к управлению. 9. Ситуационный подход к управлению. 10. Системный подход к управлению Заполнить аналитические таблицы
4	Судовой менеджмент- понятие и содержание Рассматриваемые вопросы: 1. Типы организационных структур 2. Принципы организации и проектирования структуры управления судоходной компании 3. Достоинства и недостатки различных типов организационных структур 4. Особенности управления коммерческим флотом 5. Виды управленческих работ судоходной компании и стили управления. 6. Понятие маркетинг-менеджмент или внутренний маркетинг Заполнить аналитические таблицы и Определите миссию известной транспортной организации, составьте взаимосвязанные схемы «дерево целей» и «дерево проблем\задач» для судоходной компании

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
5	<p>Оценка ёмкости рынка речных бассейнов и сегментов фрахтового рынка</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Маркетинговая информация 2.Маркетинговая макро и микросреда 3.Понятие и методы <p>Заполнение аналитических таблиц и решение задачи на определение цены на основе оценки конкурентоспособности транспортной компании</p>
6	<p>Сегментирование рынка транспортных услуг и потребительское поведения целевой аудитории</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Сегментирование и его значение 2.Критерии сегментирования для рынка грузовых и пассажирских перевозок на водном транспорте 3.Потребительское поведение, понятие и значение для сегментирования 4.Точка безубыточности 5.Стратегии освоения рынка: подходы к выбору целевого сегмента <p>Решение задач на определение точки безубыточности, сегментирование круизного рынка, выбора стратегии освоения рынка</p>
7	<p>Инновация, диверсификация, брендинг и другие товарные стратегии на рынке транспортной продукции</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Товарная политика предприятий водного транспорта 2.Понятие жизненного цикла товара 3.Типы жизненных циклов 4.Маркетинговые действия, соответствующие стадиям жизненного цикла 5.Ассортиментная политика <p>Заполнить аналитические таблицы, решить кейс-задачи</p>
8	<p>Ценовые стратегии предприятий водного транспорта</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Роль и значение цены в комплексе маркетинга предприятий водного транспорта. 2.Методология определения уровня цен. 3.Основные виды ценовых стратегий предприятий водного транспорта. <p>Заполнить аналитические таблицы, решить расчётные и кейс-задачи</p>
9	<p>Сбытовые стратегии предприятий водного транспорта</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Понятие, характеристики, уровни и функции канала распределения. 2. Основные варианты каналов, которыми может воспользоваться фирма, а также принципы формирования сбытовой системы. 3. Видах и функциях посредников на рынке транспортного обслуживания <p>Заполнить аналитические таблицы, решить кейс-задачи</p>
10	<p>Особенности стимулирования спроса на рынке транспортных услуг</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цели и значение маркетинговых коммуникаций 2. Этапы и принципы разработки рекламы 3. PR, прямой маркетинг, стимулированием сбыта и др. формы коммуникаций, их достоинствами и недостатками <p>Заполнить аналитические таблицы решить кейс-задачи</p>
11	<p>Оценка эффективность маркетинга на транспортном рынке</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Методы оценки эффективности маркетинга на водном транспорте 2.Транспортный эффект

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
	3.Внетранспортный эффект Заполнить аналитические таблицы решить расчётные и кейс-задачи

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям
2	Подготовка к промежуточной аттестации.
3	Подготовка к текущему контролю.

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

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Менеджмент : учебник для вузов / ответственные редакторы Н. И. Астахова, Г. И. Москвитин. — Москва :	https://urait.ru/bcode/560195
2	Маркетинг : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. —	https://urait.ru/bcode/560612

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

Поисковые системы: Yandex, Mail.

Студентам обеспечена возможность свободного доступа к фондам учебно-методической документации и Интернет-ресурсам. Все студенты имеют возможность открытого доступа:

- к научной электронной библиотеке «eLibrary» <http://elibrary.ru>
- к электронно-библиотечной системе Book.ru <http://book.ru>
- к электронно-библиотечной системе издательства «Юрайт» <http://www.urait.ru>

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

Лицензионная операционная система MS Windows (академическая лицензия).

Лицензионный пакет программ Microsoft Office (академическая лицензия).

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

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оснащённые наборами демонстрационного оборудования

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещение для самостоятельной работы, оснащённые компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации

9. Форма промежуточной аттестации:

Зачет в 3 семестре.

10. Оценочные материалы.

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

Авторы:

доцент, к.н. кафедры «Эксплуатация
водного транспорта» Академии
водного транспорта

Е.В. Зарецкая

Согласовано:

и.о. заведующего кафедрой ЭВТ
Председатель учебно-методической
комиссии

Г.И. Шепелин

А.А. Гузенко