ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ   
УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО | УТВЕРЖДАЮ: | УТВЕРЖДАЮ: |
| Директор Института управления и информационных технологий | Проректор по учебно-методической работе |  |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ С.П. Вакуленко | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_В.И. Апатцев |  |
| «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. | «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г. |  |

Кафедра«Экономика, организация производства и менеджмент»

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА**

**ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

***Направление*: 080200 «Менеджмент»**

***Профиль*: «Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте»**

***Квалификация выпускника*: магистр**

***Форма обучения*: очно - заочная**

|  |  |
| --- | --- |
| Одобрена на заседании  Учебно-методической комиссии института  Протокол № \_\_\_\_\_\_\_\_  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 г.  Председатель УМК  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.В. Бородина | Одобрена на заседании кафедры «Экономика и управление на транспорте»  Протокол №\_\_\_\_\_\_\_  «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2013 г.  Зав. кафедрой  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Г.В. Бубнова |

Москва 2013 г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

[1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ 4](#_Toc374525371)

[1.1. Характеристика основной образовательной программы 4](#_Toc374525372)

[1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы. 4](#_Toc374525373)

[1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования 5](#_Toc374525374)

[1.4. Требования к абитуриенту. 6](#_Toc374525375)

[2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ» 6](#_Toc374525376)

[2.1. Область профессиональной деятельности выпускника 6](#_Toc374525377)

[2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника 6](#_Toc374525378)

[2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника 7](#_Toc374525379)

[2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника 7](#_Toc374525380)

[3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО 8](#_Toc374525381)

[4. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП ВПО МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ» (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте») 12](#_Toc374525382)

[4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению 12](#_Toc374525383)

[4.2. Информационное обеспечение магистерской программы по направлению 080200 «Менеджмент». 13](#_Toc374525384)

[4.3. Общие требования к организации образовательного процесса 18](#_Toc374525385)

[4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса 19](#_Toc374525386)

[5. РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН 22](#_Toc374525387)

[6. АННОТАЦИИ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ПРОФИЛЯ 24](#_Toc374525388)

[6.1. Аннотация примерной программы дисциплины « Организация и управление транспортным бизнесом» 24](#_Toc374525389)

[6.2. Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинг перевозок и транспортных услуг» 26](#_Toc374525390)

[6.3. Аннотация примерной программы дисциплины «Управленческая экономика» 28](#_Toc374525391)

[6.4. Аннотация примерной программы дисциплины «Методы исследований в менеджменте» 30](#_Toc374525392)

[6.5. Аннотация примерной программы дисциплины «Современный стратегический анализ» 32](#_Toc374525393)

[6.6. Аннотация примерной программы дисциплины «Корпоративные финансы» 35](#_Toc374525394)

[6.7. Аннотация примерной программы дисциплины «Теория организации и организационное поведение» 36](#_Toc374525395)

[6.8. Аннотация примерной программы дисциплины «Эффективность управления в логистике» 38](#_Toc374525396)

[6.9. Аннотация примерной программы дисциплины «Финансовый менеджмент логистических систем» 40](#_Toc374525397)

[6.10.1 Аннотация примерной программы дисциплины «Управление международной логистической структурой» 41](#_Toc374525398)

[6.10.2 Аннотация примерной программы дисциплины «Тарифы, тарифная политика на транспорте, налоговое окружение» 43](#_Toc374525399)

[6.11.1 Аннотация примерной программы дисциплины «Информационные системы управления бизнес – отношениями на транспорте» 45](#_Toc374525400)

[Цель дисциплины: 45](#_Toc374525401)

[6.11.2 Аннотация примерной программы дисциплины «Моделирование и оценка качества бизнес - отношений» 46](#_Toc374525402)

[6.12.1 Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинг грузовых перевозок» 48](#_Toc374525403)

[6.12.2 Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинг пассажирских перевозок» 50](#_Toc374525404)

# 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

## 1.1. Характеристика основной образовательной программы

Основная образовательная программа высшего профессионального образования магистратуры, реализуемая вузом по направлению 080200 «Менеджмент» и магистерской программе подготовки «Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте» (далее – ООП ВПО), представляет собой системудокументов, разработанную и утвержденную в ФГБ ОУ ВПО «Московский государственный университет путей сообщения» (МИИТ) с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению 080200 «Менеджмент», а также с учетом рекомендованной профильным учебно-методическим объединением (УМО ГОУ ВПО ГУУ) примерной основной образовательной программы, утвержденной Председателем Совета УМО, Ректором ГОУ ВПО ГУУ А.М. Лялиным 15 декабря 2010 года.

## 1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы.

Нормативно-правовую базу разработки ООП ВПО составляют:

Федеральные законы Российской Федерации: «Об образовании» (от 10 июля 1992 года №3266-1) и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» (от 22 августа 1996 года №125-ФЗ);

Федеральные законы Российской Федерации: «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного образовательного стандарта» (от 1 декабря 2007 года № 309-ФЗ) и «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования)» (от 24 декабря 2007 года № 232-ФЗ).

Типовое положение об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении), утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 14 февраля 2008 года № 71 (далее – Типовое положение о вузе);

Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки «Менеджмент» высшего профессионального образования (квалификация (степень) «магистр»), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2009 г. № 636.

Примерная основная образовательная программа высшего профессионального образования (ПрООП ВПО) по направлению подготовки, утвержденная Председателем Совета УМО, Ректором ГОУ ВПО ГУУ А.М. Лялиным 15 декабря 2010 года (носит рекомендательный характер);

Устав ФГБ ОУ ВПО «Московский государственный университет путей сообщения».

## 1.3. Общая характеристика вузовской основной образовательной программы высшего профессионального образования

***1.3.1. Социальная роль, цели и задачи ООП ВПО по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» и магистерской программе подготовки «Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте»***

ООП ВПО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: общие положения, требования к выпускнику, примерный учебный план, аннотации рабочих программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

ООП магистратуры по направлению «Менеджмент» предназначена для методического обеспечения учебного процесса и предполагает формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки магистров.

Социальная роль ООП ВПО заключается в подготовке магистров менеджмента, способных осуществлять эффективную деятельность на позициях экономических работников и руководителей предприятий и организаций транспорта и других отраслей экономики.

***1.3.2. Срок освоения ООП ВПО:***

Срок освоения ООП ВПО в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению - 2 года.

***1.3.3. Трудоемкость ООП ВПО:***

Трудоемкость освоения студентом ООП в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению 120 зачетных единиц, включая все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

## 1.4. Требования к абитуриенту.

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о высшем образовании (бакалавриат /специалитет). Конкурсный отбор осуществляется на основе вступительных экзаменов или тестирования по маркетингу и теории менеджмента, позволяющих оценить, обладает ли поступающий компетенциями бакалавра менеджмента согласно ФГОС третьего поколения. Предпочтительными для поступления являются следующие направления подготовки бакалавров: экономика, менеджмент, торговое дело. Прием документов и вступительных испытаний проводятся в общие сроки поступления абитуриентов в образовательные учреждения высшего профессионального образования.

# 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ»

## 2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности магистров включает:

* организации любой организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие, государственные, муниципальные), в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
* органы государственного и муниципального управления;
* структуры, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
* научно-исследовательские организации, связанные с решением управленческих проблем;
* учреждения системы высшего и дополнительного профессионального образования.

## 2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности магистров являются процессы управления организациями различных организационно-­правовых форм; процессы государственного и муниципального управления; научно-исследовательские процессы.

## 2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Магистр по направлению подготовки 080200 «Менеджмент»готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

организационно-управленческая;

аналитическая;

научно-исследовательская;

педагогическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится магистр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

## 2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Магистр по направлению подготовки 080200 «Менеджмент» магистерской программы «Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

* управление организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями;
* разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений.

аналитическая:

* поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
* анализ существующих форм организации управления; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
* анализ и моделирование процессов управления.

научно-исследовательская:

* выявление и формулирование актуальных научных проблем;
* разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения;
* разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов;
* разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов;
* поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования;
* подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

педагогическая:

* преподавание управленческих дисциплин;
* разработка образовательных программ и учебно-методических материалов.

# 3. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ООП ВПО

Результаты освоения ООП ВПО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностями применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Полный состав обязательных (общекультурных, профессиональных и иных) компетенций выпускника (с краткой характеристикой каждой из них) как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения данной ООП ВПО представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Компетенции выпускника

ФГБ ОУ ВПО «Московский государственный университет путей сообщения»

как совокупный ожидаемый результат образования

по завершении освоения основной образовательной программы высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 «Менеджмент», по магистерской программе « Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте»

| Коды  компетенций | Название компетенции |
| --- | --- |
| **ОК** | **ВЫПУСКНИК ДОЛЖЕН ОБЛАДАТЬ СЛЕДУЮЩИМИ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ:** |
| ОК-1 | способностью развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования |
| ОК-2 | способностью к изменению профиля своей профессиональной деятельности |
| ОК-3 | способностью самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения |
| ОК-4 | способностью принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия |
| ОК-5 | свободным владением иностранным языком как средством профессионального общения |
| ОК-6 | обладает навыками публичных деловых и научных коммуникаций |
| **ПК** | **ВЫПУСКНИК ДОЛЖЕН ОБЛАДАТЬ СЛЕДУЮЩИМИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ** |
|  | организационно-управленческая: |
| ПК – 1 | способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями |
| ПК – 2 | способностью разрабатывать корпоративную стратегию |
| ПК – 3 | умением использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач |
| ПК – 4 | способностью разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию |
|  | аналитическая: |
| ПК – 5 | способностью использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами |
| ПК – 6 | владением методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде |
| ПК – 7 | владением методами стратегического анализа |
| ПК – 8 | способностью готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности |
|  | научно-исследовательская: |
| ПК – 9 | способностью обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы |
| ПК – 10 | способностью обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость избранной темы научного исследования |
| ПК – 11 | способностью проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой |
| ПК – 12 | способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада |
|  | педагогическая: |
| ПК – 13 | способностью применять современные методы и методики преподавания управленческих дисциплин |
| ПК – 14 | способностью разрабатывать учебные программы и методическое обеспечение для преподавания управленческих дисциплин |

С целью овладения профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профиля должен:

**Знать:**

* основные результаты новейших исследований по проблемам менеджмента;
* модели поведения экономических агентов и рынков;
* основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления;
* современные теории корпоративных финансов;
* основные элементы процесса стратегического управления;
* альтернативы стратегий развития современные теории и концепции поведения на различных уровнях организации;
* основные информационные технологии управления бизнес- процессами;
* характер работы предприятия;
* принципы и особенности организации производства на современном этапе развития;
* организационно-управленческую модель структуры предприятия;
* особенности и направления совершенствования структуры управления в современных условиях хозяйствования;
* использование техники новых поколений и передовой технологии на предприятии;
* экономико-правовые взаимоотношения данного предприятия с другими предприятиями;
* стандартизацию и управление качеством продукции;
* порядок разработки плана маркетинга, исходные данные для его расчета;
* анализ конъюнктуры регионального транспортного рынка;
* показатели объема и качества работы предприятия, их структуру и динамику;
* затраты на производство продукции предприятия, их структуру, методику определения;
* планирование эксплуатационных расходов, себестоимости продукции;
* методику определения эффективности инвестиций;
* анализ безубыточности деятельности предприятия;
* формирование, распределение и использование прибыли;
* внедрение ресурсосберегающих и информационных технологий;
* ценовую политику и транспортные тарифы;
* факторы, влияющие на формирование цен на товары, тарифов на перевозки и услуги;
* порядок проведения маркетинговых исследований;
* степень участия железных дорог в региональных транспортных рынках (работа маркетинговых структур, взаимосвязь с грузовладельцами и т.д.);
* количественные и качественные характеристики потенциальных потребителей продукции и конкурентов;
* действующие приказы, инструкции, нормативно-справочную информацию, формы отчетности, последовательность и сроки их разработки;
* учет маркетинговой стратегии в планах развития предприятия;
* качество товаров: свойства, показатели, классификация;
* управление качеством продукции на предприятии;
* стандартизацию качества продукции;
* договорную работу с поставщиками и посредниками;
* планирование и организацию снабжения и сбыта;
* ценовую политику предприятия;
* управление запасами на предприятии;
* конкурентные стратегии маркетинга;
* конкурентные преимущества предприятия;
* сегментацию рынка, выбор целевых сегментов;
* позиционирование товара;
* товарную политику предприятия в комплексе маркетинга;
* федеральные законы РФ, регулирующие производственную и маркетинговую деятельность предприятия;
* виды, источники и методы сбора маркетинговой информации на предприятии;
* содержание отчета о проведении маркетингового исследования;
* взаимодействие предприятия со специализированными организациями в области маркетинговых исследований;
* методы анализа маркетинговой информации;
* систему разработки плана маркетинговых мероприятий по привлечению дополнительных объемов перевозок и других видов транспортных услуг;
* организацию и управление рекламной деятельностью на предприятии.

**Уметь:**

* управлять развитием организации осуществлять анализ и разработку стратегии организации на основе современных методов и передовых научных достижений;
* выявлять перспективные направления научных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы, проводить эмпирические и прикладные исследования;
* обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
* проводить количественное прогнозирование и моделирование управления бизнес-процессами;
* проводить маркетинговых исследований на предприятии;
* определять тенденции развития спроса, разрабатывать стратегии и тактики рыночного поведения транспортного предприятия;
* применять методы выявления и формирования новых потребностей, оценивать эффективность их удовлетворения;
* оценивать эффективность маркетинговых мероприятий на транспорте;
* оценивать эффективность рекламных кампаний;
* формировать спрос на перевозки;
* изучать транспортный рынок и анализировать конкурентов;
* применять систему управления качеством продукции на предприятии;
* рассчитывать скидки к тарифу;
* применять методику сегментации транспортного рынка;
* использовать систему договорных отношений с клиентурой;
* разрабатывать экономические прогнозы в маркетинговой деятельности.

**Владеть:**

* методологией и методикой проведения научных исследований;
* навыками самостоятельной научной и исследовательской работы;
* навыками количественного и качественного анализа для принятия управленческих решений;
* методикой построения организационно-управленческих моделей;
* информационными технологиями для прогнозирования и управления бизнес-процессами;
* активными методами преподавания управленческих дисциплин.

# 4. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ООП ВПО МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 080200 «МЕНЕДЖМЕНТ» (МАГИСТЕРСКАЯ ПРОГРАММА «Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте»)

## 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация направления предполагает наличие минимально необходимого для реализации магистерской программы перечня материально-технического обеспечения:

* лекционные аудитории (оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, и имеющие выход в Интернет),
* помещения для проведения семинарских и практических занятий (оборудованные учебной мебелью),
* компьютерные классы.

При использовании электронных изданий вуз должен обеспечить каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Обеспеченность компьютерным временем с доступом в Интернет должна быть не менее 200 часов в год на одного студента.

## 4.2. Информационное обеспечение магистерской программы по направлению 080200 «Менеджмент».

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

**Базовые учебники:**

1. Транспортный маркетинг: учебник /Галабурда В.Г., Бубнова Г.В., Иванова Е.А. и др./ Под ред. В.Г. Галабурды – М.: ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. – 452 с.
2. Экономика железнодорожного транспорта: учебник/ Н.П. Терешина, В.Г. Галабурда, В.А. Токарев и др.; Под ред. Н.П. Терешиной, Б.М. Лапидуса. – М.: ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. – 676 с.
3. Терешина Н.П., Сорокина А.В. Эффективность корпоративного управления на железнодорожном транспорте: Учебное пособие для студентов вузов железнодорожного транспорта. – М.: МИИТ, 2009. – 206 с.
4. Стратегическое развитие железнодорожного транспорта в России/ Б.М. Лапидус, Д.А. Мачерет, Ю.В. Елизарьев, Ф.С. Пехтерев, В.А. Максимушкин / Под ред. Б.М. Лапидуса. – М.: МЦЭФР, 2008. – 304 с. (Приложение к журналу «Экономика железных дорог», 2008).
5. Управление маркетингом. Учебник. Изд-е 2-ое./ Данько Т.П. - М.: ИНФРА-М, 2009.
6. Маркетинг. Учебник / Соловьев Б.А. - М.: Инфра -М, 2009
7. Стратегическое планирование в компаниях. Курс лекций / Сорокина А.В. - М.:МИИТ, 2011
8. Бизнес-стратегии: управление в условия кризиса. Учебное пособие. / Сорокина А.В., Шобанов А.В. - М.:МИИТ, 2011
9. Стратегический менеджмент. Классическое издание. / Ансофф И. - Спб.: Питер, 2009.
10. Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика. -2-е изд. / Шкардун В.Д. - М.: Дело, 2007. - 376с.
11. Логистика. Полный курс MBA / Дыбская В.В., Зайцев Е.И. - М.: Издательство: Эксмо, 2008
12. Основы таможенной логистики: Учебное пособие / Самолаев Ю.Н. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2008
13. Деловая игра «Логистическое управление транспортом в процессе доставки товаров»: Методические указания к проведению игры. / Карпычева М.В. - М.: МИИТ, 2011. Учебный портал ИЭФ МИИТ: http://www.htbs-miit.ru:9999
14. Логистика: учебник для вузов. 10-е изд., перераб. и доп. / Гаджинский А.М - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006
15. Управление логистикой: учебное пособие. / Голиков Е.А. - М.: Высшая школа, 2009
16. Поведение потребителей / Лыгина Н.И., Макарова Т.Н. - М.: Форум-ИНФРА.М, 2005
17. Демонополизация, дерегулирование и конкурентоспособность железнодорожного транспорта России / Н.П. Терешина - Москва, МИИТ, 2010
18. Экономическая оценка капитализации транспортной компании / Подсорин В.А. - Москва, МИИТ, 2007
19. История экономики транспорта: Учебное пособие. / Терёшина Н.П., Флягина Т.А. - М.: МИИТ, 2011
20. Менеджмент на транспорте: Учебн. пособие для студ. Вузов / Под ред. Громова Н.Н., Персианова В.А. – М.: Изд. Центр «Академия», 2006. – 528 с.
21. Механизм реализации эффективной стратегии компании с помощью сбалансированной системы показателей / Сорокина А.В. - М.: МИИТ, 2011
22. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Д.Нортон, Р.Каплан - Олимп-Бизнес: Олимп-Бизнес, 2010
23. Внедрение сбалансированной системы показателей. Пер с нем. - 3 -е изд / Partners & Horvath - М: Альпина Бизнес Букс, 2008
24. Курс экономической теории. Учебник / Под. ред. М.Н. Чепурина и Е.А. Киселевой - Киров: АСА, 2011
25. Микроэкономика / В.М. Гальперин, С.М. Игнатьев, В.И. Моргунов - М.: Омега-Л, 2010
26. Принципы анализа в управленческой экономике / А.В. Шобанов, М.Ю. Елизарьев - М.: МИИТ, 2011
27. Теория организации: учебник – 3-е изд., перераб. И доп. / Т.Ю. Иванова, В.И. Приходько – М.: КИНОРУС, 2010.– 432 с.
28. Методология научного исследования / Новиков А.М. - М.: Либроком, 2010
29. Исследование систем управления. 2-ое изд. / Игнатьева А. В., Максимцов М.М. - М.: Юнити–Дана, 2008
30. Место прикладных исследований в менеджменте: учебное пособие / Лысов О.Е. - Спб: ГУАП, 2006
31. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности: учебное пособие / Ядов В.А. - М.: Омега-Л, 2009
32. Социология управления: фундаментальный курс: учебное пособие. / Кравченко А.И. - М.: Академич. проект, Деловая книга, 2008.
33. Маркетинговые исследования рынка (Учебник) О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина М. : "Форум-ИНФРА-М", 2005.-192 с
34. Н.Г. Каменева, В.А. Поляков Маркетинговые исследования (для вузов) .- М. : Вузовский учебник, 2006.- 430 с
35. Исследование систем управления (транспортная отрасль). / Покровский А.К. - М.: Кнорус, 2010.
36. Информационные системы в экономике. / Серия: Библиотека Гуманитарного университета - СПбГУП, 2008
37. WEB-технологии интернета. HTML Учеб. пособие для студ. информационных специальностей ИУИТ / Грибанов Д.В.; Котляровский В. Н.; Нагинаев В.Н. - М.: МИИТ, 2004

**Нормативные документы:**

1. Гражданский кодекс РФ
2. Налоговый Кодекс РФ.
3. Трудовой кодекс РФ.
4. Сборник ПБУ.
5. Федеральный закон №208 –ФЗ от 26 декабря 1995 года «Об акционерных обществах» в редакции Федерального закона от 7.09.2001 г. №120-ФЗ.
6. Федеральный закон «О производственных кооперативах» № 41-ФЗ от 8.05.96 г.
7. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» №14-ФЗ от 8.02. 98 г.
8. Закон « Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» № 39 – ФЗ.
9. Закон «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» № 160 – ФЗ
10. Закон города Москвы «Об инновационной деятельности в городе Москве» от 7 июля 2004 года №45.

Библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла – за последние 5 лет).

Фонд дополнительной литературы помимо учебной должен включать официальные справочно-библиографические и периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Каждому обучающемуся должен быть обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда, включающего следующий перечень наименований отечественных и зарубежных журналов:

1. Управление каналами дистрибуции
2. Управление корпоративными финансами
3. Управление персоналом
4. Управление продажами
5. Управление проектами
6. Управление развитием персонала
7. Управление риском
8. Управленческий учет и финансы
9. Маркетинг
10. Маркетинг в России и за рубежом
11. Маркетинг и маркетинговые исследования
12. Логистика
13. Логистика и экспедирование
14. Логистика и управление цепями поставок
15. Бизнес-образование
16. Бухгалтерский учет
17. Вопросы экономики
18. Деньги и кредит
19. Железнодорожный транспорт
20. Менеджмент качества
21. Мир транспорта
22. Проблемы теории и практики управления
23. Реклама. Теория и практика
24. Российский журнал менеджмента
25. Российское предпринимательство
26. Секрет фирмы
27. Стандарты и качество
28. Финансовый менеджмент
29. Финансы
30. Финансы и бизнес
31. ЭКО (экономика и организация промышленного производства)
32. Экономика железных дорог
33. Эксперт
34. Harvard Business Review (на русском языке)
35. Academy of Management Journal
36. Accounting, Organizations and Society
37. Information Systems Research
38. Resource Management
39. Journal of Accounting and Economics
40. Journal of Business Venturing
41. Journal of Consumer Research
42. Journal of Financial Economics
43. Journal of Marketing
44. Journal of Marketing Research
45. Journal of Operations Management
46. Journal of Small Business

Необходимо обеспечить доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам «Консультант Плюс», «Гарант», «Экономика. Социология. Менеджмент. Образовательный портал», «Российский ресурсный центр учебных кейсов».

## 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Условия проведения занятий по предметам направления подготовки:

1. Образовательные учреждения самостоятельно разрабатывают и утверждают ООП магистратуры, которая включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие воспитание и качество подготовки обучающихся, а также программы практик и научно-исследовательской работы, итоговой государственной аттестации, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии. Высшие учебные заведения обязаны ежегодно обновлять основные образовательные программы с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы.
2. При разработке магистерской программы должны быть определены возможности вуза в развитии общекультурных компетенций выпускников (например, компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления, системно-деятельностного характера). Вуз обязан сформировать социокультурную среду, создать условия, необходимые для социализации личности.
3. Реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (семинаров в диалоговом режиме, дискуссий, компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий, результатов работы студенческих исследовательских групп, вузовских и межвузовских телеконференций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. Одной из основных активных форм обучения профессиональным компетенциям, связанным с ведением того вида (видов) деятельности, к которым готовится магистр (научно-исследовательской, научно-педагогической, проектной, опытно­-конструкторской, технологической, исполнительской, творческой), для ООП магистратуры является семинар, продолжающийся на регулярной основе не менее двух семестров, к работе которого привлекаются ведущие исследователи и специалисты-практики, и являющийся основой корректировки индивидуальных учебных планов магистра. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью (миссией) программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе они должны составлять не менее 50 процентов аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов не могут составлять более 30 процентов аудиторных занятий.
4. В программы базовых дисциплин профессионального цикла должны быть включены задания, способствующие развитию компетенций профессиональной деятельности к которой готовится выпускник, в объеме, позволяющем сформировать соответствующие общекультурные и профессиональные компетенции.
5. Магистерская программа высшего учебного заведения должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее 30 процентов вариативной части обучения. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает ученый совет вуза.

## 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

**Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу.**

1. Реализация основной образовательной программы магистратуры должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень или опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научной и/или научно-методической деятельностью.

2. К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла должны быть привлечены не менее 20 процентов преподавателей из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий и учреждений. Не менее 80 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу и научно- исследовательскому семинару, должны иметь российские или зарубежные ученые степени и ученые звания, при этом ученые степени доктора наук (в том числе иностранную степень, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности) или ученое звание профессора должны иметь не менее 12 процентов преподавателей.

3. При реализации магистерских программ, ориентированных на подготовку научных и научно-педагогических кадров, не менее 75 процентов преподавателей, обеспечивающих учебный процесс, должны иметь ученые степени кандидата, доктора наук (в том числе иностранную степень, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и ученые звания.

4. Общее руководство научным содержанием и образовательной частью магистерской программы должно осуществляться штатным научно-педагогическим работником вуза, имеющим ученую степень доктора наук или иностранную степень, прошедшую установленную процедуру признания и установления эквивалентности, и (или) ученое звание профессора соответствующего профиля, стаж работы в образовательных учреждениях высшего профессионального образования не менее трех лет.

***4.5 Учебная и производственная практики***

**Научно-исследовательская работа** является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры и направлена на формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и ООП вуза. Предусмотрены следующие виды и этапы выполнения и контроля научно-исследовательской работы: планирование научно-исследовательской работы; ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области; выбор темы исследования; написание реферата по избранной теме; проведение научно-исследовательской работы; корректировка плана проведения научно-исследовательской работы; составление отчета о научно-исследовательской работе; публичная защита выполненной работы.

Основной формой планирования и корректировки индивидуальных планов научно-исследовательской работы обучаемых является обоснование темы, обсуждение плана и промежуточных результатов исследования в рамках научно-исследовательского семинара. В процессе выполнения научно-исследовательской работы и в ходе защиты ее результатов должно проводиться широкое обсуждение в учебных структурах вуза с привлечением работодателей и ведущих исследователей, позволяющее оценить уровень приобретенных знаний, умений и сформированных компетенций магистрантов. В результате выполнения научно-исследовательской работы формируются следующие компетенции: ПК-11, ПК-12.

Общая трудоемкость научно-исследовательской работы составляет 15 зачетных единиц, 540 часов.

**Практика** является обязательным разделом основной образовательной программы магистратуры. Она представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. При реализации ООП магистратуры по данному направлению подготовки предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная (научно-исследовательская, научно-педагогическая). Практики проводятся в сторонних организациях или на кафедрах и в лабораториях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

**Целями** производственной практики являются:

* закрепление и углубление теоретических знаний по маркетингу и менеджменту;
* приобретение практических профессиональных навыков и компетенций, опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

**Задачами** производственной практики являются:

* знакомство с общими принципами организации и структурой управления на предприятии;
* анализ внешней (органы государственной и муниципальной власти, поставщики, клиенты, конкуренты) и внутренней среды предприятия;
* анализ структуры и динамики затрат предприятия;
* знакомство с информационной системой предприятия и технологиями для поддержки принятия управленческих решений.

В результате прохождения производственной практики формируются следующие компетенции: ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-13, ПК-14.

Общая трудоемкость производственной практики составляет 30 зачетных единиц, 1080 часов.

**Требования к организации учебной и производственной практик по магистерской программе**

1. Практики могут проводиться в сторонних организациях (предприятиях, НИИ, фирмах) или на кафедрах и в лабораториях вуза, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

2. Аттестация по итогам практики производится в виде защиты обучающимся выполненного индивидуального или группового задания и представления отчета, оформленного в соответствии с правилами и требованиями, установленными вузом.

3. Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающегося. В случае ее наличия при разработке программы научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить возможность обучающимся:

* планирование научно-исследовательской работы, включающее ознакомление с тематикой исследовательских работ в данной области и выбор темы исследования, написание реферата по избранной теме;
* проведение научно-исследовательской работы;
* составление отчета о научно-исследовательской работе;
* публичная защита выполненной работы.

# 5. РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Рабочий учебный план по направлению 080200 «Менеджмент» по магистерской программе «Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте» разработан в соответствии сфедеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего профессионального образования по подготовке магистров по направлению 080200 «Менеджмент» и Регламентом разработки и утверждения рабочих учебных планов в ФГБ ОУ ВПО «Московский государственный университет путей сообщения» и утвержден первым проректором Виноградовым В.В.

**УЧЕБНЫЙ ПЛАН**

**подготовки магистра по программе**

**«Маркетинг перевозок и логистика бизнес-отношений на транспорте»**

Квалификация (степень) – магистр

Нормативный срок обучения – 2 года

| **№№**  **п/п** | **Наименование циклов, модулей, дисциплин, практик, НИР** | **Общая**  **трудоемкость** | | **семестры** | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В**  **зач. ед.** | **В**  **часах общ./ ауд.** | **1** | **2** | **3** | **4** | | **Формы промеж.ат.** |
| **М1** | **Общенаучный цикл** |  |  |  |  |  |  | |  |
| **М1.Б** | ***Базовая часть*** |  |  |  |  |  |  | |  |
| **М.1.В** | ***Вариативная часть*** | **15** | **540/175** |  |  |  |  | |  |
| **М1.В.ОД** | ***Обязательные дисциплины*** | **15** | **540/175** |  |  |  |  | |  |
| М1.В.ОД1 | Организация и управление транспортным бизнесом | 8 | 288/94 | + |  |  |  | | Зач, экз |
| М1.В.ОД.2 | Маркетинг перевозок и транспортных услуг | 7 | 252/81 | + |  |  |  | | экз |
| **М1.В.ДВ** | ***Дисциплины по выбору*** |  |  |  |  |  |  | |  |
| **М.2** | **Профессиональный цикл** | **50** | **1800/523** |  |  |  |  | |  |
| **М2.Б** | ***Базовая часть*** | ***18*** | **684/180** |  |  |  |  | |  |
| М2.Б.1 | Управленческая экономика | 5 | 180/52 | + |  |  |  | | Экз. |
| М2.Б.2 | Теория организации и организационное поведение | 4 | 144/50 | + |  |  |  | | Экз. |
| М2.Б.3 | Методы исследований в менеджменте | 3 | 108/32 |  | + |  |  | | Зач. |
| М2.Б.4 | Современный стратегический анализ | 3 | 108/23 |  |  | + |  | | Экз. |
| М2.Б.5 | Корпоративные финансы | 3 | 108/23 |  |  | + |  | | Экз. |
| **М2.В** | ***Вариативная часть*** | **32** | **1152/343** |  |  |  |  | |  |
| **М2.В.ОД** | ***Обязательные дисциплины*** | **8** | **288/96** |  |  |  |  | |  |
| М2.В.ОД.1 | Эффективность управления в логистике | 4 | 144/48 |  | + |  |  | | Экз. |
| М2.В.ОД.2 | Финансовый менеджмент логистических систем | 4 | 144/48 |  | **+** |  |  | | Экз. |
| **М2.В.ДВ** | ***Дисциплины по выбору*** | 24 | 864/247 |  |  |  |  | |  |
| М2.В.ДВ.1 | |  | | | | | | | |
| 1 | Управление международной  логистической инфраструктурой | 5 | 180/48 |  |  | + |  | | Экз. |
| 2 | Тарифы и тарифная политика на  транспорте, налоговое окружение | 5 | 180/48 |  |  | + |  | | Экз. |
| М2.В.ДВ.2 | |  | | | | | | | |
| 1 | Информационные системы управления бизнес – отношениями на транспорте | 4 | 144/48 |  |  | + |  | | Зач.с оц. |
| 2 | Моделирование и оценка качества бизнес - отношений | 4 | 144/48 |  |  | + |  | | Зач.с оц. |
| М2.В.ДВ.3 | |  | | | | | | | |
| 1 | Маркетинг грузовых перевозок | 15 | 540/151 | + | + |  |  | | Зач.с оц., зач. |
| 2 | Маркетинг пассажирских перевозок | 15 | 540/151 | + | + |  |  | | Зач.с оц., зач. |
| **М.3** | **Практики и научно-исследовательская работа** | **49** | **1764** |  |  |  |  | |  |
| М3.Н | Научно-исследовательская работа | *28* | 1008 |  | + | + | + | | Зач.с оц. |
| М3.П | Научно-исследовательская и педагогическая практика | *12* | 432 |  | + | + |  | | Зач.с оц. |
| М3.Д | Диссертация | *9* | 324 |  |  |  | + | |  |
| **М.4** | **Итоговая государственная аттестация** | *6* | 216 |  |  |  | + | |  |
|  | **Общая трудоемкость основной образовательной программы** | **120** | ***4320/698*** |  |  |  |  | |  |

**Бюджет времени (в неделях)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Курсы | Теоретическое обучение | Экзаменационная сессия | Производственная практика | Научно-исслед. работа | Диссерта-ция | Гос. экзамены | Каникулы | Всего |
| I | 27 1/3 | 3 | 8 | 6 2/3 |  |  | 7 | 52 |
| II | 14 2/3 | 2 | 12 | 3 1/3 | 6 | 4 | 10 | 52 |
| **Итого** | **42** | **5** | **20** | **10** | **6** | **4** | **17** | **104** |

**Примечания:**

1) Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 «Менеджмент»

2) Курсовые работы (проекты), текущая и промежуточная аттестации (зачеты и экзамены) рассматриваются как вид учебной работы по дисциплине (модулю) и выполняются в пределах трудоемкости, отводимой на ее изучение.

3) В соответствии с Типовым положением о вузе к видам учебной работы отнесены: лекции, консультации, семинары, практические занятия, лабораторные работы, контрольные работы, коллоквиумы, самостоятельные работы, научно-исследовательская работа, практики, курсовое проектирование (курсовая работа). Высшее учебное заведение может устанавливать другие виды учебных занятий.

4) В соответствии с требованиями ФГОС ВПО наряду с данным Учебным планом подготовки магистра для каждого обучающегося в магистратуре вуза составляется индивидуальный план подготовки магистра

5) Каждая учебная дисциплина включает следующие виды работы:

* общая аудиторная
* индивидуальная аудиторная
* самостоятельная работа

Соотношение между общей аудиторной, индивидуальной аудиторной и самостоятельной работой устанавливается как ½ : ½ : 1

6) Виды учебной работы по каждой дисциплине определяются спецификой ее целей и задач, устанавливаются самостоятельно преподавателем, указываются в календарно-тематическом плане соответствующей дисциплины.

# 6. АННОТАЦИИ ПРОГРАММ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН ПРОФИЛЯ

## 6.1. Аннотация примерной программы дисциплины « Организация и управление транспортным бизнесом»

***Цель дисциплины:***

Цель курса - формирование знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных экономико-организационных решений в рамках специфики транспортных и логистических услуг.

***Учебные задачи дисциплины:***

Основными задачами курса " Организация и управление транспортным бизнесом " являются:

* изучение комплексной деятельности транспортного предприятия действующего на активном рынке.
* получение навыков в разработке и реализации стратегии и тактики управления транспортным бизнесом
* изучение элементов и функций логистического интегратора и управления ими;
* освоение азами организации логистической деятельности;
* овладение навыками использования инструментов принятия управленческих решений.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Организация и управление транспортным бизнесом» относится к общенаучному циклу обязательной части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика железнодорожного транспорта» , «Менеджмент» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-1 «Способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования»;

ОК-2 «Способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности»;

ОК-3 «Способность самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения»;

ОК-4 «Способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия»;

ОК-5 «Свободное владением иностранным языком как средством профессионального общения».

ОК-6 «Обладание навыками публичных деловых и научных коммуникаций».

В результате освоения курса студент должен

***знать***

принципы организации производства;

современные концепции управления;

специфику транспорта в комплексе производства;

состав системы управленческой информации;

методы сбора и анализа информации;

***уметь***

выполнять комплексный анализ организации;

формировать цели и задачи деятельности организации;

использовать управленческий инструментарий в практической деятельности предприятия

***владеть навыками***

организации бизнеса для достижения целей организации;

разработки и реализации стратегии и тактики управления транспортным предприятием.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль:***

* зачет, экзамен

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Организация и управление транспортным бизнесом» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.2. Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинг перевозок и транспортных услуг»

***Цель дисциплины:***

Цель курса - формирование системных знаний в области транспортного маркетинга и умений комплексного использования этих знаний в разработке маркетинговых решений на железнодорожном транспорте.

***Учебные задачи дисциплины:***

Основными задачами курса "Маркетинг перевозок и транспортных услуг" являются:

* изучение конъюнктуры российских и международных товарных рынков;
* формирование у магистрантов понятийной базы в системе знаний транспортного маркетинга
* выработка навыков рыночного анализа
* освоение методов и подходов к ценообразанию в транспортном деле как элементу комплекса маркетинга
* выработка навыков анализа бизнес – отношений и формования прогнозов поведения их участников

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ОК-1 «Способность развивать свой общекультурный и профессиональный уровень и самостоятельно осваивать новые методы исследования»;

ОК-2 «Способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности»;

ОК-3 «Способность самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения»;

ОК-4 «Способность принимать организационно-управленческие решения и оценивать их последствия».

ОК-5 «Свободное владением иностранным языком как средством профессионального общения»;

ОК-6 «Обладание навыками публичных деловых и научных коммуникаций».

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

***знать***

современные теории маркетинга на транспорте;

специфику и особенности транспортного бизнеса;

развитие и факторы конкуренции на транспорте, основные преимущества и механизмы их формирования.

***уметь***

использовать маркетинговые инструменты в практической деятельности на рынке транспортно-логистических услуг;

***владеть***

навыками анализа рынка, сегментирования потребителей, позиционирования товаров, управления товарной, ценовой и коммуникационной политикой в комплексе транспортного маркетинга, необходимых для ведения маркетинговой деятельности.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Маркетинг перевозок и транспортных услуг» относится к общенаучному циклу вариативной части обязательнх дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Экономика железнодорожного транспорта», «Маркетинг на транспорте» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль:***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Маркетинг перевозок и транспортных услуг» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.3. Аннотация примерной программы дисциплины «Управленческая экономика»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов понимания взаимосвязи экономической теории и практики управленческой деятельности, формирование навыков применения экономических методов в процессе управления.

***Учебные задачи дисциплины:***

Задачи дисциплины: обеспечить интеграцию знаний из области управления и экономической теории, навыки оптимизации управленческих решений на базе экономического анализа, показать взаимосвязь экономических категорий и практики управленческой деятельности.

Управленческая экономика — это дисциплина, сформированная на границе экономической теории и менеджмента, обеспечивающая рассмотрение процесса управления с позиций обеспечения его экономической эффективности.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Управленческая экономика» относится к профессиональному циклу вариативной части базовых дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Математика», «Теория менеджмента», «Стратегический менеджмент», «Маркетинг» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

В результате освоения компетенций студент должен:

**Знать**:

* основные закономерности принятия экономических решений рациональными агентами;
* основные понятия и теоретические концепции экономического анализа и управления;
* принципы построения теоретических экономических моделей исследуемых процессов;
* ключевые методы и инструменты микроэкономического анализа;
* принципы развития экономических систем в глобальной экономической среде.

**Уметь**:

* анализировать поведение экономических субъектов, в том числе поведение потребителей, конкурентов;
* выявлять и анализировать структуру издержек, производительные и непроизводительные издержки, использовать экономические принципы при выработке управленческих решений;
* выбрать наиболее значимые модели, позволяющие выделить основные закономерности экономического развития, применять их для моделирования поведения экономических субъектов и протекания процессов в глобальной среде.

**Владеть**:

* экономическим образом мышления;
* методами оптимизации при выработке экономических решений;
* методами анализа эффективности функционирования бизнес-систем;
* методами микроэкономического анализа конкурентной бизнес-среды;
* методами и приёмами анализа экономических явлений и процессов с помощью стандартных теоретических моделей;
* методами построения специальных прикладных микроэкономических моделей.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Управленческая экономика» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.4. Аннотация примерной программы дисциплины «Методы исследований в менеджменте»

***Цель дисциплины:***

Целями освоения учебной дисциплины «Методы исследований в менеджменте» являются развитие у студентов личностных качеств менеджера-исследователя, формирование общенаучных и профессиональных компетенций и навыков их реализации в практической управленческой деятельности.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

* изучить сущность понятия исследовательской деятельности в менеджменте, ее отличия от научных исследований;
* овладеть основными общенаучными методами исследований, а также специфичными методами, применяемыми при исследовании систем управления организаций;
* приобрести навыки организации и проведения исследований систем управления при помощи различных методов.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Методы исследований в менеджменте» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Теория менеджмента», «Введение в менеджмент», «Статистика», «Социология» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-7 «Владеть методами стратегического анализа»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

В результате освоения компетенций студент должен:

**Знать:**

* характеристики и особенности исследования как вида деятельности; типологию и классификацию исследований;
* основные подходы к организации исследовательской деятельности и реализации исследовательских проектов в различных сферах деятельности;
* направления применения исследований в менеджменте;
* основные понятия, методы и инструменты количественного и качественного анализа процессов управления;
* назначение и особенности проведения стратегического анализа в организации (области применения, характеристики процесса);
* современные инструменты и технологии проведения стратегического анализа;
* особенности информационного обеспечения проведения стратегического анализа;
* различные методологические подходы к описанию бизнес-процессов;
* подходы к оценке эффективности бизнес-процессов;
* основные механизмы сбора, очистки, анализа и интерпретации информации при проведении исследования систем управления;
* подходы к управлению бизнес-процессами организации.

**Уметь:**

* выявлять перспективные направления научных и прикладных исследований, обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы, формулировать гипотезы;
* выделять и характеризовать основные методологические принципы проведения исследовательских проектов;
* планировать исследовательскую деятельность и управлять процессом ее реализации;
* использовать современные информационные системы и технологии для проведения исследовательских проектов;
* выявлять перспективные направления проведения стратегического анализа;
* проводить отбор методов проведения стратегического анализа исходя из задачи исследования и имеющихся ресурсов;
* проводить стратегический анализ деятельности организации с использованием современных инструментов и методов;
* делать обоснованные выводы по результатам стратегического анализа, определять направления использования результатов;
* определять структуру, источники, качественные и количественные характеристики информации, необходимой для принятия управленческих решений;
* обрабатывать эмпирические и экспериментальные данные;
* готовить отчетную документацию;
* описывать и строить модели бизнес-процессов с учетом особенностей решаемой управленческой задачи.

**Владеть:**

* категориальным аппаратом и алгоритмами проведения исследовательских проектов,
* методами получения необходимой информации для принятия эффективных управленческих решений;
* навыками разработки программы исследования, формирования исследовательской группы и необходимого ресурсного обеспечения;
* основными методами проведения стратегического анализа;
* подходами к организации процесса проведения стратегического анализа;
* методами и навыками подготовки и представления результатов стратегического анализа;
* основными инструментальными средствами и технологиями сбора, анализа и представления аналитических данных;
* навыками самостоятельной исследовательской работы в сфере управления;
* методикой построения организационно-управленческих моделей;
* методологией исследования систем управления;
* методами прикладных исследований, применяемых в менеджменте.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Методы исследований в менеджменте» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.5. Аннотация примерной программы дисциплины «Современный стратегический анализ»

***Цель дисциплины:***

Целями освоения учебной дисциплины «Современный стратегический анализ» являются формирование знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных стратегических решений в процессе стратегического направления компании в рыночных условиях.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Современный стратегический анализ» слушатель должен

***знать***

* сущность развития современного бизнеса и направления его развития;
* задачи современного стратегического менеджмента в условиях инновационного развития экономики;
* методики стратегического анализа потенциала организаций;
* методы проектирования и реструктуризации основных бизнес процессов организации;
* факторы конкурентоспособности компаний и принципы разработки конкурентных стратегий;
* управление организационными изменениями;
* действующие системы стратегического менеджмента крупных российских и зарубежных компаний;

***уметь***

* применять на практике методологические подходы, принципы, методы и модели стратегического менеджмента;
* выбирать миссию и стратегические цели организации;
* формировать и анализировать варианты стратегических управленческих решений;
* оценивать эффективность стратегий и управленческих действий по развитию компаний;
* использовать современные коммуникации и участвовать в коллективных действиях, работать в командах;

**владеть навыками**

* постановки и решения задач стратегического менеджмента с позиций системного подхода;
* количественной оценки и прогнозирования последствий реализации стратегий развития компаний анализа основных показателей рынка, конкурентов, клиентов, позволяющих сформулировать грамотную корпоративную стратегию.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Современный стратегический анализ» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Стратегический менеджмент», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-7 «Владеть методами стратегического анализа»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

В результате освоения компетенций магистрант должен:

Знать:

- Основные отечественные и зарубежные стратегические направления развития компании и их подразделений.

- Основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учётом природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики.

- Законы рынка и отрасли, нормативно-правовые документы, регулирующие рыночные отношения.

- Основные принципы поиска, анализа и обработки стратегических решений.

- Основные психофизические нормы клиентов, конкурентов в соответствии с вариацией выбора типа стратегии.

Уметь:

- Анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия компании с группами (командами) сотрудников.

- Анализировать основные теоретические и практические стратегические направления и проблемы взаимодействия корпорации и ее потребителей.

- Ориентироваться на рынке, влиять на решение клиента, знать о решениях конкурента и поставщиков.

- Выполнять сбор, анализ и использование различных матриц и моделей для принятия сбалансированных управленческих решений.

- Оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов на рынке для принятия управленческих решений.

Владеть:

- Навыками манипулирования системой общечеловеческих ценностей с учетом ценностно-смысловых ориентации компании.

- Навыками манипулирования системой общечеловеческих ценностей с учетом ценностно-смысловых стратегических ориентации компании.

- Системой навыков формирования стратегических финансовых решений по формулированию бизнес-идей.

- Стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала исследования.

- Навыками оценки удовлетворённости всех участников бизнеса компании.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль:***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Современный стратегический анализ» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.6. Аннотация примерной программы дисциплины «Корпоративные финансы»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование системных знаний в области теоретических и практических основ функционирования корпоративных финансов, обучение методам эффективного формирования и рационального использования финансовых ресурсов организаций, развитие экономического мышления, интуиции для ориентации в сложных финансовых ситуациях.

***Учебные задачи дисциплины:***

В ходе изучения дисциплины «Корпоративные финансы» должны быть решены следующие задачи:

* + - получение системы понятий и принципов корпоративных финансов;
    - получение системы знаний об экономическом содержании финансовых ресурсов организаций и источниках их формирования;
    - определить роль, место и значение финансового планирования, как элемента системы управления финансами;
    - рассмотреть финансовую деятельность организации с целью обеспечения ее экономической безопасности;
    - изучить специфические особенности финансов организаций различных организационно-правовых форм, в частности акционерных обществ, унитарных предприятий и некоммерческих организаций;
    - анализ финансовых методов обеспечения финансовой безубыточности деятельности организации;
    - владение студентами такими общекультурными компетенциями, как владение профессиональной терминологией, умением грамотно, логично излагать мнение, предложения в области корпоративных финансов, способностью к саморазвитию, повышению квалификации;
    - владение студентами такими профессиональными компетенциями, как способность осуществлять сбор, анализ, обработку данных, необходимых для решения задач в области корпоративных финансов, способностью анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и другую информацию, содержащуюся в отчетности организаций и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений в области корпоративных финансов.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Корпоративные финансы» относится к профессиональному циклу базовой части дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Маркетинг», «Инвестиционный анализ», «Экономика железнодорожного транспорта» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-7 «Владеть методами стратегического анализа»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Корпоративные финансы» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.7. Аннотация примерной программы дисциплины «Теория организации и организационное поведение»

***Цель дисциплины:***

Целями освоения учебной дисциплины «Теория организации и организационное поведение» являются формирование у студентов:

- основных теоретических положений по формированию и управлению поведением персонала в организации;

- изучение проблематики развития и эффективного управления человеческими ресурсами современной организации.

- практических навыков по применению основных положений теории организации и организационного поведения в системе управления человеческими ресурсами организации.

***Учебные задачи дисциплины:***

В процессе изучения данной дисциплины студенты должны:

Знать теоретические основы построения организации и поведения работника в организации; основные концепции организационного устройства, мотивации, устройстве личности и группы, коммуникациях в организации.

Уметь определять пути повышения эффективности работы организации на основе анализа организации и поведения работников в организации; анализировать состояние организации с позиции лучших практик теории организации и организационного поведения.

Владеть навыками выработки решений по практическому управлению организацией на основе выводов относительно эффективности построения организацией и организационного поведения; навыками разработки программ и мероприятий по развитию организации.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Теория организации и организационное поведение» относится к профессиональному циклу базовой части обязательных дисциплин ООП. Для изучения данной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Современные концепции менеджмента», «Управленческая экономика», «Современный стратегический анализ».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-7 «Владеть методами стратегического анализа»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Теория организации и организационное поведение» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.8. Аннотация примерной программы дисциплины «Эффективность управления в логистике»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для творческого подхода к эффективному управлению логистическими системами.

***Учебные задачи дисциплины:***

В ходе изучения дисциплины «Эффективность управления в логистике» должны быть решены следующие задачи:

* формирование у студента знаний о критериях и показателях эффективного управления;
* выработка навыков и знания практических приемов необходимых для оценки эффективности управления и её улучшения в условиях транспортно-логистической деятельности;
* освоение магистрантом понятий экономики и экономической эффективности, применительно микро- и макро-экономических феноменов.

В результате освоения курса «Эффективность управления в логистике» студент должен

***знать***

принципы и стратегию транспортного обслуживания потребителей и фирм;

***уметь***

пользоваться теорией, методами и приемами принятия эффективных управленческих решений, которые встречаются в теории и на практике в транспортных логистических системах;

***владеть навыками***

выбора наиболее целесообразных экономических, экономико-математических и статистических методов, которые применяются для решения разных теоретических и практических задач в транспортных логистических системах.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Эффективность управления в логистике» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Математика», «Статистика», «Информатика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-7 «Владеть методами стратегического анализа»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Эффективность управления в логистике» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.9. Аннотация примерной программы дисциплины «Финансовый менеджмент логистических систем»

***Цель дисциплины*** – формирование у магистров экономики теоретических знаний и практических навыков в сфере применения инструментов финансового менеджмента для использования магистрантами этих знаний в научной и практической деятельности.

***Задачи дисциплины:***

* теоретическое освоение студентами магистратуры основных положений современных концепций финансового менеджмента;
* приобретение практических навыков применения основных инструментов финансового менеджмента;
* приобретение практических навыков осмысления текущей финансовой ситуации и принятия наиболее оптимальных финансовых решений в данной ситуации;
* формирование способности оценивать текущую финансовую ситуацию с точки зрения возможностей увеличения доходов предприятия (организации) и дополнительного инвестирования средств;
* Исследования механизмов получения и учета средств гос. поддержки и заемных средств, субсидирования и механизмов финансового использования схем лизинга.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Финансовый менеджмент логистических систем» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Ценообразование» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде»;

ПК-7 «Владеть методами стратегического анализа»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».В результате освоения компетенций студент должен:

**Знать**:

- принципы формализации финансовых целей предприятия и основные критерии их представления;

- методологию и основные приемы финансового анализа и планирования финансового состояния и риска предприятий различных форм собственности;

- финансовую документацию предприятий, методы ее составления и контроля;

**Уметь**:

- обосновывать политику управления рисками предприятия;

- обосновывать политику привлечения финансовых ресурсов;

- разрабатывать стратегические и тактические финансовые планы и прогнозы финансового развития предприятия;

- анализировать инвестиционные предложения, формировать технико-экономические обоснования и бизнес-планы, обосновывать решения по формированию инвестиционных программ и портфелю ценных бумаг предприятия;

**Владеть**:

- навыками работы с финансовой отчетностью предприятия;

- навыками анализа ликвидности, финансовой устойчивости, эффективности и риска предприятия;

- методами управления, планирования и прогнозирования текущими издержками, активами и капиталом.

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Финансовый менеджмент логистических систем» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.10.1 Аннотация примерной программы дисциплины «Управление международной логистической структурой»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для творческого подхода к управлению логистическими процессами на международном уровне.

***Учебные задачи дисциплины:***

* Изучение магистрантами экономической и транспортной географии;
* Изучение параметров и экономических свойств международных транспортных коридоров, их роли и места в России;
* Исследование транспортных узлов и подходов к ним, а так же экономических и управленческих механизмов стимулирования их развития;
* Выработка навыков использования методов и приемов в вопросах прогнозирования и управления деятельностью международной логистической инфраструктурой;
* Формирование представления у учащихся о роли и практической деятельности, а так же требованиях к международному промышленному интегратору.

В результате освоения курса «Управление международной логистической структурой» студент должен

***знать***

причины глобализации бизнеса и роль логистических систем в условиях глобализации, особенности формирования логистической инфраструктуры международной торговли, специфику логистического подхода к управлению смешанными внешнеторговыми перевозками;

***уметь***

пользоваться теорией, методами и приемами принятия эффективных решений, которые встречаются в теории и на практике логистической деятельности;

***владеть***

методами управления логистическими процессами во внешнеэкономической деятельности.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Управление международной логистической структурой» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Математика», «Статистика», «Информатика» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Управление международной логистической структурой» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.10.2 Аннотация примерной программы дисциплины «Тарифы, тарифная политика на транспорте, налоговое окружение»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для компетентной тарификации, ценообразования и анализа налогообложения на транспортную и логистическую деятельность на международном рынке.

***Учебные задачи дисциплины:***

* Формирование у учащихся понятийной базы объективных законов рыночного ценообразования.
* Изучение магистрантами принципов тарификации и налогообложения различных государств-партнеров на транспортную, перевозочную и логистическую деятельность;
* Освоение ими практических навыков тарификации и ценообразования через механизмы определения себестоимости и в соответствии с налоговый ситуацией.

В результате освоения курса «Тарифы, тарифная политика на транспорте, налоговое окружение» студент должен

***знать***

сущность и функции цены, существующие теории ценообразования, виды, системы цен в Российской Федерации и методы государственного регулирования цен, виды ценовых стратегий

***уметь***

рассчитывать оптимальные варианты тарифов на услуги, предоставляемые в транспортно-логистические услуги и цены с учетом их особенностей.

***владеть***

методами определения конъюнктуры рынка и ее влияния на

формирование цен и тарифов с учетом специфи налоговых законодательств стран – партнеров.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Тарифы, тарифная политика на транспорте, налоговое окружение» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономика», «Математика», «Статистика», «Маркетинг» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Тарифы, тарифная политика на транспорте, налоговое окружение» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.11.1 Аннотация примерной программы дисциплины «Информационные системы управления бизнес – отношениями на транспорте»

## Цель дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для поиска и принятия эффективных управленческих решений основанных на актуальных информационных технологиях поддержки транспортных бизнес-процессов.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Информационные системы управления бизнес – отношениями на транспорте» слушатель должен:

***знать***

* сущность развития современного бизнеса и направления его развития;
* задачи современного менеджмента в условиях инновационного развития;
* методики анализа потенциала организаций с помощью ИT-инструментария;
* методы проектирования и реинжиниринга бизнес-процессов организации;
* факторы конкурентоспособности компаний и принципы разработки конкурентных стратегий;
* управление организационными изменениями и инновациями;
* действующие информационные системы и технологии управления бизнес-процессами;
* актуальное состояние рынка информационных технологий поддержки транспортных бизнес-процессов

***уметь***

* применять на практике методологические подходы, принципы, методы и модели ИT-управления бизнес - отношениями;
* использовать информационно-аналитический инструментарий для формирования планов хозяйственной деятельности предприятия;
* формировать и анализировать варианты управленческих решений;
* оценивать эффективность управленческих действий по развитию компаний;
* использовать современные коммуникации и участвовать в коллективных действиях, работать в командах;

**владеть навыками**

* постановки и решения задач менеджмента с позиций системного подхода;
* количественной оценки и прогнозирования последствий реализации стратегий развития компаний анализа основных показателей рынка, конкурентов, клиентов с помощью информационного инструментария, позволяющих сформулировать грамотную корпоративную стратегию.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Информационные системы управления бизнес – отношениями на транспорте» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Информационные технологии в менеджменте», «Инвестиционный анализ», «Информационный менеджмент» и «Современные технологии анализа и проектирования информационных систем» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-3 «Умение использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-8 «Способность готовить аналитические материалы для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Информационные системы управления бизнес – отношениями на транспорте» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.11.2 Аннотация примерной программы дисциплины «Моделирование и оценка качества бизнес - отношений»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для оценки, анализа и прогнозирования систем бизнес - отношений.

***Учебные задачи дисциплины:***

В результате освоения курса «Моделирование и оценка качества бизнес - отношений» слушатель должен

***знать***

* сущность развития современного бизнеса и направления его развития;
* задачи современного менеджмента в условиях инновационного развития;
* методики анализа потенциала организаций с помощью IT-инструментария;
* методы проектирования и реструктуризации бизнес-отношений организации;
* факторы конкурентоспособности компаний и принципы разработки конкурентных стратегий;
* управление организационными изменениями и инновациями;
* Действующие информационные системы управления бизнес-отношениями;

***уметь***

* применять на практике методологические подходы, принципы, методы и модели управления бизнес - отношениями;
* использовать информационно аналитический инструментарий для формирования планов хозяйственной деятельности предприятия;
* формировать и анализировать варианты управленческих решений;
* оценивать эффективность управленческих действий по развитию компаний;
* использовать современные коммуникации и участвовать в коллективных действиях, работать в командах;

***владеть навыками***

* постановки и решения задач менеджмента с позиций системного подхода;
* количественной оценки и прогнозирования последствий реализации стратегий развития компаний анализа основных показателей рынка, конкурентов, клиентов с помощью информационного инструментария, позволяющих сформулировать грамотную корпоративную стратегию.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Моделирование и оценка качества бизнес - отношений» относится к профессиональному циклу вариативной части дисциплин по выбору ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»;

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет с оценкой.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Моделирование и оценка качества бизнес - отношений» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.12.1 Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинг грузовых перевозок»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для разработки комплекса маркетинга грузовых перевозок.

***Учебные задачи дисциплины:***

* Освоение студентами магистратуры базы знаний об экономической географии, позволяющей свободно ориентироваться в региональных и глобальных рынках;
* Формирование у магистрантов представления о товарных рынках и конкуренции на рынке транспортных услуг;
* Выработка у учащихся практических знаний и навыков, необходимых для разработки комплекса маркетинга в условиях рынка грузоперевозок;
* Освоение специфики контейнерных перевозок, мульти- и интермодальной формы перевозок и её организации.

В результате освоения курса «Маркетинг грузовых перевозок» слушатель должен:

***знать***

современные теории маркетинга на транспорте;

специфику и особенности транспортного бизнеса в сфере грузоперевозок;

развитие и факторы конкуренции на транспорте, основные преимущества и механизмы их формирования в условиях рынка грузоперевозок;

***уметь***

использовать маркетинговые инструменты в практической деятельности на рынке транспортно-логистических услуг;

***владеть***

навыками анализа рынка, сегментирования потребителей, позиционирования товаров, управления товарной, ценовой и коммуникационной политикой в комплексе транспортного маркетинга, необходимых для ведения маркетинговой деятельности.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Маркетинг грузовых перевозок» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Экономика железнодорожного транспорта», «Маркетинг на транспорте» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет, экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Маркетинг грузовых перевозок» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент

## 6.12.2 Аннотация примерной программы дисциплины «Маркетинг пассажирских перевозок»

***Цель дисциплины:***

Целью освоения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков для разработки комплекса маркетинга пассажирских перевозок.

***Учебные задачи дисциплины:***

* Освоение студентами магистратуры базы знаний об экономической географии, позволяющей свободно ориентироваться в региональных и глобальных транспортных рынках;
* Выработка у учащихся практических знаний и навыков, необходимых для разработки комплекса маркетинга в условиях рынка пассажирских перевозов;
* Формирование навыков исследования, прогнозирования и комплексного моделирования пассажиропотоков и обеспечения их транспортными ресурсами;
* Изучение подходов к организации смешанных перевозок в крупных транспортных узлах.

В результате освоения курса «Маркетинг пассажирских перевозок» слушатель должен:

***знать***

современные теории маркетинга на транспорте;

специфику и особенности транспортного бизнеса в сфере пассажирских перевозок;

развитие и факторы конкуренции на транспорте, основные преимущества и механизмы их формирования в условиях рынка пассажирских перевозок;

***уметь***

использовать маркетинговые инструменты в практической деятельности на рынке транспортно-логистических услуг;

***владеть***

навыками анализа рынка, сегментирования потребителей, позиционирования товаров, управления товарной, ценовой и коммуникационной политикой в комплексе транспортного маркетинга, необходимых для ведения маркетинговой деятельности.

***Место дисциплины в структуре ООП:***

Дисциплина «Маркетинг пассажирских перевозок» относится к профессиональному циклу вариативной части обязательных дисциплин ООП. Дисциплина основывается на знании следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Экономика железнодорожного транспорта», «Маркетинг на транспорте» в объеме соответствующих ООП подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

***Требования к результатам освоения содержания дисциплины***

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-1 «Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями»;

ПК-2 «Способность разрабатывать корпоративную стратегию»;

ПК-4 «Способность разрабатывать программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию»;

ПК-5 «Способность использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления бизнес-процессами»

ПК-6 «Владение методами экономического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде».

***Формы контроля.***

***Текущий контроль:***

* письменные опросы по теории;
* контрольные работы;
* письменные домашние задания;
* индивидуальные проекты;
* тестирование по отдельным разделам дисциплины.

***Промежуточный контроль:***

* тестирование.

***Итоговый контроль***

* зачет, экзамен.

***Образовательные технологии***

В процессе освоения дисциплины «Маркетинг пассажирских перевозок» используются следующие образовательные технологии:

Стандартные методы обучения:

* Лекции;
* Семинарские занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, изложенные в лекционном и раздаточном материалах;
* Решение задач;
* Обсуждение рефератов и докладов;
* Компьютерные занятия;
* Письменные домашние работы;
* Расчетно-аналитические задания;
* Разработка групповых проектов;
* Консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

* Компьютерные симуляции;
* Анализ деловых ситуаций
* Контент