

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИО: Гнатюк Максим Александрович
Должность: Первый проректор
Дата подписания: 11.07.2022 09:51:21
Уникальный программный ключ:
8873f497f100e798ae8c92c0d38e105c818d5410

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ

Маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Специальность 23.05.01 НАЗЕМНЫЕ ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА
Направленность (профиль) специализация N 2 "Подъемно-транспортные, строительные, дорожные средства и оборудование":

Квалификация **инженер**
Форма обучения **заочная**
Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Виды контроля на курсах:
зачеты 2

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	2		Итого	
	уп	рп		
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Конт. ч. на аттест.	0,4	0,4	0,4	0,4
Конт. ч. на аттест. в период ЭС	0,25	0,25	0,25	0,25
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8,65	8,65	8,65	8,65
Сам. работа	59,6	59,6	59,6	59,6
Часы на контроль	3,75	3,75	3,75	3,75
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

к.э.н., доцент , *Серяпова Ирина Вениаминовна*

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 23.05.01 НАЗЕМНЫЕ ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА (приказ Минобрнауки России от 22.02.2017 г. № 1022)

составлена на основании учебного плана: 23.05.01-20-56-НТТС изм.plz.plx

Специальность 23.05.01 НАЗЕМНЫЕ ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА Направленность (профиль) специализация N 2 "Подъемно-транспортные, строительные, дорожные средства и оборудование":

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Менеджмент и логистика на транспорте

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Хайтбаев В.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью дисциплины «Маркетинг» является формирование у обучающихся профессиональной компетенции быть способным проводить техническое и организационное обеспечение исследований, анализ результатов и разработку предложений по их реализации и общепрофессиональной компетенции готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.Б.13
-------------------	---------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-3: способностью проводить техническое и организационное обеспечение исследований, анализ результатов и разработку предложений по их реализации

Знать:

методы проведения маркетинговых исследований

Уметь:

проводить маркетинговые исследования

Владеть:

навыками работы с экономической литературой

ОПК-3: готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Знать:

роль маркетинга в экономическом развитии страны

Уметь:

комплексно изучать рынок товаров и услуг и направления маркетинговой деятельности

Владеть:

основами методики маркетинговых исследований

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	организацию деятельности маркетинговых служб предприятий (фирм)
3.1.2	
3.2	Уметь:
3.2.1	комплексно изучать рынок товаров и услуг и направления маркетинговой деятельности
3.3	Владеть:
3.3.1	основами методики маркетинговых исследований

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
	Раздел 1. Содержание маркетинговой деятельности предприятия			
1.1	Сущность и принципы маркетинга. Основные положения концепции маркетинга /Лек/	2	1	
1.2	Виды маркетинга по состоянию спроса /Пр/	2	1	
	Раздел 2. Внешняя и внутренняя среда маркетинга предприятий			
2.1	Маркетинговая среда предприятия. Макро- и микросреда предприятия. Основные функции маркетинга /Лек/	2	1	
2.2	Основные функции маркетинга /Пр/	2	1	
	Раздел 3. Покупательское поведение			
3.1	Модель покупательского поведения /Лек/	2	1	
3.2	Процесс принятия покупательского решения и задачи маркетинга /Пр/	2	1	
	Раздел 4. Концепция продукта			

4.1	Понятие нового товара. Жизненный цикл товара /Лек/	2	1	
4.2	Товарная политика /Пр/	2	1	
Раздел 5. Управление маркетингом				
5.1	Сущность процесса управления маркетингом. Организационная структура маркетинговых служб /Ср/	2	7	
5.2	Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности /Ср/	2	7	
Раздел 6. Политика ценообразования в системе маркетинга				
6.1	Особенности ценовой политики при маркетинге. Тарифная политика на жд. транспорте /Ср/	2	7	
6.2	Виды скидок и надбавок /Ср/	2	7	
Раздел 7. Комплекс маркетинговых коммуникаций				
7.1	Роль и задачи маркетинговых коммуникаций /Ср/	2	6	
7.2	Реклама как основной элемент маркетинговых коммуникаций. Сущность паблик рилейшнз и прямого маркетинга /Ср/	2	7	
Раздел 8. Маркетинговые исследования				
8.1	Сущность маркетинговых исследований и их виды. Первичная и вторичная информация /Ср/	2	1	
8.2	Этапы проведения маркетинговых исследований /Ср/	2	1	
Раздел 9. Сфера применения маркетинга				
9.1	Транспортный маркетинг. Международный маркетинг /Ср/	2	1	
9.2	Основные способы выхода на зарубежный рынок /Ср/	2	1	
Раздел 10. Самостоятельная работа обучающихся				
10.1	Подготовка к лекциям /Ср/	2	2	
10.2	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	2	4	
10.3	Подготовка к зачету /Ср/	2	8,6	
Раздел 11. Контактные часы на аттестацию				
11.1	Контрольная работа /КА/	2	0,4	
11.2	Зачет /КЭ/	2	0,25	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в приложении к рабочей программе дисциплины.

Формы и виды текущего контроля по дисциплине (модулю), виды заданий, критерии их оценивания, распределение баллов по видам текущего контроля разрабатываются преподавателем дисциплины с учетом ее специфики и доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем дисциплины (модуля), как правило, с использованием ЭИОС или путем проверки письменных работ, предусмотренных рабочими программами дисциплин в рамках контактной работы и самостоятельной работы обучающихся. Для фиксирования результатов текущего контроля может использоваться ЭИОС.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
--	---------------------	----------	-------------------	-----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Сидорова С. А.	Маркетинг: учебно-методическое пособие	Самара: СамГУП С, 2020	://e.lanbook.com/book/16

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Синицына О.Н.	Маркетинг.	Москва: КноРус, 2019	://www.book.ru/book/930

6.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

6.2.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

6.2.1.1	Microsoft Office
6.2.1.2	

6.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.2.2.1	Справочная правовая система ГАРАНТ (интернет-версия). URL: http://www.garant.ru/iv/
6.2.2.2	Справочная правовая система КонсультантПлюс (интернет-версия). URL: http://www.consultant.ru/
6.2.2.3	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» - http://ecsocman.hse.ru
6.2.2.4	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование для предоставления учебной информации большой аудитории и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное).
7.2	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное)
7.3	Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.
7.4	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.
7.5	Помещения для курсового проектирования / выполнения курсовых работ, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (стационарными или переносными).