

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФИО: Гаранин Максим Александрович

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Должность: Ректор

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

Дата подписания: 21.05.2024 09:02:50

САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ

Уникальный программный ключ:

7708e3a47e66a8ee02711b298d7c78bd1e40bf88

Транспортный маркетинг

рабочая программа дисциплины (модуля)

Специальность 38.05.01 Экономическая безопасность

Направленность (профиль) Экономическая безопасность на транспорте

Форма обучения **очно-заочная**

Общая трудоемкость **5 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:
экзамены 10

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	10 (5.2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Конт. ч. на аттест. в период ЭС	2,3	2,3	2,3	2,3
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	34,3	34,3	34,3	34,3
Сам. работа	121	121	121	121
Часы на контроль	24,7	24,7	24,7	24,7
Итого	180	180	180	180

Программу составил(и):

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

Рабочая программа дисциплины

Транспортный маркетинг

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - специалитет по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность (приказ Минобрнауки России от 14.04.2021 г. № 293)

составлена на основании учебного плана: 38.05.01-24-1-ЭБт-оз.plz.plx

Специальность 38.05.01 Экономическая безопасность Направленность (профиль) Экономическая безопасность на транспорте

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Экономика и логистика на транспорте

Зав. кафедрой д.э.н., профессор Куренков П.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Целью изучения дисциплины является формирование у студентов профессиональных компетенций(ПК-2) владения навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности
1.2	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.04.02
-------------------	---------------

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

ПК-2	Способен проводить мониторинг уровня экономической безопасности на предприятиях транспорта
ПК-2.1	Организует процесс непрерывного наблюдения за условиями обеспечения экономической безопасности

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	приёмы комплексного исследования рынка услуг в целях достижения экономической безопасности;
3.1.2	
3.1.3	
3.1.4	
3.1.5	
3.2	Уметь:
3.2.1	комплексно изучать рынок услуг и проводить непрерывные наблюдения для достижения экономической безопасности;
3.2.2	
3.2.3	
3.3	Владеть:
3.3.1	организации и проведения непрерывных наблюдений условий обеспечения экономической безопасности

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
	Раздел 1. Введение в дисциплину. Основы маркетинга			
1.1	Основы маркетинга. Сущность и особенности общего и транспортного маркетинга /Лек/	10	2	
1.2	Понятия и сущность маркетинга /Пр/	10	2	
1.3	Особенности транспортного маркетинга /Ср/	10	6	
1.4	Концепции, виды и типы маркетинга. Система маркетинговой деятельности на предприятиях транспорт /Лек/	10	2	
1.5	Эволюция маркетинга /Пр/	10	2	
1.6	Проблемы и особенности маркетинга на транспорте /Ср/	10	9	
	Раздел 2. Окружающая среда маркетинга транспортных предприятий			
2.1	Виды конкуренции на транспортном рынке /Лек/	10	1	
2.2	Сущность транспортной продукции и ее особенности /Пр/	10	1	
2.3	Виды сервисного обслуживания /Ср/	10	10	
	Раздел 3. Управление маркетингом			
3.1	Особенности управления маркетингом на транспорте. Структура управления маркетингом на транспорте. Маркетинговые исследования /Лек/	10	2	
3.2	Основные этапы маркетинговых исследований /Пр/	10	2	
3.3	Система фирменного транспортного обслуживания на жд. транспорте /Ср/	10	10	

3.4	Кабинетные и полевые исследования. Первичная и вторичная информация. Маркетинговые обследования районов тяготения транспортных предприятий /Лек/	10	1	
3.5	Методы изучения транспортного рынка /Пр/	10	1	
Раздел 4. Политика ценообразования на транспортном рынке				
4.1	Ценовая политика предприятия /Ср/	10	10	
4.2	Особенности ценовой политики при маркетинге. Тарифная политика на различных видах транспорта /Лек/	10	2	
4.3	Виды скидок и надбавок в системе транспортных тарифов /Пр/	10	2	
Раздел 5. Коммуникационная политика				
5.1	Элементы коммуникационной политики: реклама, пропаганда, стимулирование сбыта, личные продажи /Лек/	10	2	
5.2	Рекламные средства и особенности их применения на железнодорожном транспорте, их эффективность /Пр/	10	2	
5.3	Фирменный стиль и его воздействие на потребителей транспортных услуг /Ср/	10	10	
Раздел 6. Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях				
6.1	Комплекс маркетинга. Стратегическое и тактическое планирование /Лек/	10	2	
6.2	Разработка плана маркетинга. Виды планов маркетинга и методы планирования /Пр/	10	2	
6.3	Концепция планирования перевозок грузов на транспорте в системе маркетинга /Ср/	10	8	
Раздел 7. Определение коммерческой эффективности мероприятий маркетинга на транспортном предприятии				
7.1	Определение потока денежных средств и показателей коммерческой деятельности /Лек/	10	2	
7.2	Примеры определения коммерческой эффективности маркетинговой деятельности /Пр/	10	2	
7.3	Показатели экономической эффективности мероприятий маркетинга /Ср/	10	10	
Раздел 8. Самостоятельная работа				
8.1	Подготовка к лекциям /Ср/	10	16	
8.2	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	10	32	
8.3	Экзамен /КЭ/	10	2,3	

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
Л1.1	Сидорова С. А.	Маркетинг: учебно-методическое пособие	Самара: СамГУП С, 2020	https://e.lanbook.com/bo
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Скоробогатых И.И.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Москва: КноРус, 2019	http://www.book.ru/boo
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	Microsof Offis			
6.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем				
6.2.2.1	База данных «Библиотека управления» - Корпоративный Менеджмент - https://www.cfin.ru/rubricator.shtml			
6.2.2.2	Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» - http://ecsocman.hse.ru			
6.2.2.3	Справочно-правовая система «Гарант» - http://www.garant.ru/iv/			
6.2.2.4	Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - http://www.cjnsultant.ru/			
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).			