

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Петербургский государственный университет путей сообщения
Императора Александра I»
(ФГБОУ ВО ПГУПС)

Кафедра «Менеджмент и маркетинг»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Дисциплины

Б1.В.25 «МАРКЕТИНГ НА ТРАНСПОРТЕ»
для направления подготовки
38.03.01 «Экономика»
по профилю
«Экономика и управление транспортно-логистическим бизнесом»

Форма обучения – очная
Очно-заочная

Санкт-Петербург
2025

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Протокол № 5.2 от 14 января 2025 г.

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»
14 января 2025 г.

E.M. Еришов

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО ЭБТ

E.M. Волкова

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «МАРКЕТИНГ НА ТРАНСПОРТЕ» (Б1.В.25) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки/специальности 38.03.01 «Экономика» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ Минобрнауки России № 954, с учетом профессиональных стандартов: (08.043) Экономист предприятия (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 30.03.2021 N 161н);

Целью изучения дисциплины является изучение основ маркетинга и применения маркетинговых инструментов на транспорте

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- знание маркетинговых инструментов и особенностей их применения на транспорте;
- формирование умений анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность транспортной организации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю) является формирование у обучающихся компетенций и/или части компетенций. Сформированность компетенций и/или части компетенций оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Сбор, мониторинг и обработка данных для проведения расчетов экономических показателей организации	
ПК-1.1.9 Знает технологические и организационно-экономические условия производства в соответствии с отраслевой направленностью деятельности организации	<i>Обучающийся знает:</i> <i>Роль и функции маркетинга в современной экономике;</i> <i>Факторы маркетинговой среды транспортного предприятия</i> <i>Структуру маркетинговых информационных систем;</i> <i>Направления планирования продукта на рынке транспортных услуг;</i> <i>Формы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортного предприятия.</i> <i>Технологии интермодальных и мультимодальных перевозок.</i> <i>Планирование продвижения на рынке транспортных услуг;</i> <i>Планирование цен и тарифов на рынке транспортных услуг.</i>
ПК-2 Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организаций	

<p>ПК-2.2.4 Умеет выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами</p> <p>ПК-2.3.2 Имеет навыки по выбору и применению статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации</p> <p>ПК-2.3.4 Имеет навыки по расчету влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации</p>	<p><i>Обучающийся умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Выполнять расчеты влияния факторов внешней маркетинговой среды на результаты деятельности транспортного предприятия, и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами; - Выполнять расчеты тарифов при организации обслуживания клиентов транспортного предприятия. <p><i>Обучающийся имеет навыки:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - по выбору и применению статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации; - по расчету влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации.
--	---

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Для очной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	64
В том числе:	
– лекции (Л)	32
– практические занятия (ПЗ)	16
– лабораторные работы (ЛР)	16
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	40
Контроль	4
Форма контроля (промежуточной аттестации)	3
Общая трудоемкость: час / з.е.	108/3

Для очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	64
В том числе:	
– лекции (Л)	16
– практические занятия (ПЗ)	16
– лабораторные работы (ЛР)	16
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	56
Контроль	4
Форма контроля (промежуточной аттестации)	3
Общая трудоемкость: час / з.е.	108/3

Примечание: «Форма контроля» – экзамен (Э), зачет (З), зачет с оценкой (З*), курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

Для очной формы обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда транспортного предприятия	Лекция 1. Роль и функции маркетинга в современной экономике.	ПК-1.1.9
		Лекция 2. Факторы маркетинговой среды транспортного предприятия	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4
		Практическое занятие 1. Анализ функций маркетинга в современной экономике. Анализ факторов маркетинговой среды транспортного предприятия.	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4 ПК-2.3.4
		Самостоятельная работа. Изучение факторов маркетинговой среды транспортного предприятия. Подготовиться к практическим занятиям и лабораторной работе Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций	ПК-2.2.4 ПК-2.3.2 ПК-2.3.4
2	Маркетинговые информационные системы.	Лекция 3-4. 4 часа Структура маркетинговых информационных систем.	ПК-1.1.9 ПК-2.3.2
		Практическое занятие 2 Анализ структуры маркетинговых информационных систем	ПК-1.1.9 ПК-2.3.2
		Самостоятельная работа. Изучение методов сбора и анализа маркетинговой информации на рынке транспортных услуг. Подготовиться к практическому занятию и лабораторной работе Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций.	ПК-2.3.2 ПК-2.3.4
3	Планирование продукта в транспортном маркетинге	Лекция 5-8. 8 часов Направления планирования продукта на рынке транспортных услуг.	ПК-1.1.9
		Практическое занятие 3-4 Планирование ассортиментной политики на	ПК-1.1.9

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		рынке транспортных услуг.	
		<p>Практическое занятие 5 Изучение понятия «Брэндинг» на рынке транспортных услуг</p>	ПК-1.1.9
		<p>Самостоятельная работа. Изучение процесса планирования продукции транспортного предприятия. Подготовиться к практическим занятиям и лабораторным работам Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций</p>	ПК-1.1.9
4	Структура маркетингового обеспечения транспортного предприятия	<p>Лекция 9-11. 6 часов Формы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортного предприятия. Интермодальные и мультимодальные перевозки.</p>	ПК-1.1.9
		<p>Лекция 12-14. 6 часов Планирование продвижения на рынке транспортных услуг</p>	ПК-1.1.9
		<p>Лекция 15-16. 4 часа Планирование цен и тарифов на рынке транспортных услуг.</p>	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4
		<p>Практическое занятие 6. Определение места транспорта в системе каналов товародвижения.</p>	ПК-1.1.9
		<p>Практическое занятие 7. Изучение видов продвижения транспортных услуг на рынок.</p>	ПК-1.1.9
		<p>Практическое занятие 8. Факторы, влияющие на ценообразование на рынке транспортных услуг.</p>	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4
		<p>Лабораторная работа 16 час. Разработка стратегии транспортного обслуживания клиентов в зависимости от структуры и динамики развития рынка</p>	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4 ПК-2.3.4
		<p>Самостоятельная работа Изучение процессов обеспечения физического доступа к продукции транспортного предприятия, Изучение коммуникационной и ценовой (тарифной) политики транспортного предприятия. Подготовиться к практическим занятиям и лабораторным работам Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций.</p>	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4 ПК-2.3.4

Для очно-заочной формы обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда транспортного предприятия	<p>Лекция 1. Роль и функции маркетинга в современной экономике. Факторы маркетинговой среды транспортного предприятия</p> <p>Практическое занятие 1. Анализ функций маркетинга в современной экономике. Анализ факторов маркетинговой среды транспортного предприятия.</p> <p>Самостоятельная работа. Изучение факторов маркетинговой среды транспортного предприятия. Подготовиться к практическим занятиям и лабораторной работе Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций</p>	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4
2	Маркетинговые информационные системы.	<p>Лекция 2 Структура маркетинговых информационных систем.</p> <p>Практическое занятие 2 Анализ структуры маркетинговых информационных систем</p> <p>Самостоятельная работа. Изучение методов сбора и анализа маркетинговой информации на рынке транспортных услуг. Подготовиться к практическому занятию и лабораторной работе Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций.</p>	ПК-1.1.9 ПК-2.3.2
3	Планирование продукта в транспортном маркетинге	<p>Лекция 3-5 Направления планирования продукта на рынке транспортных услуг.</p> <p>Практическое занятие 3-4 Планирование ассортиментной политики на рынке транспортных услуг.</p> <p>Практическое занятие 5 Изучение понятия «Брендинг» на рынке транспортных услуг</p> <p>Самостоятельная работа. Изучение процесса планирования продукции транспортного предприятия. Подготовиться к практическим занятиям и лабораторным работам Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций</p>	ПК-1.1.9 ПК-1.1.9 ПК-1.1.9
4	Структура маркетингового обеспечения транспортного предприятия	<p>Лекция 6 Формы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортного предприятия. Интермодальные и мультимодальные перевозки.</p> <p>Лекция 7 Планирование продвижения на рынке транспортных услуг</p>	ПК-1.1.9 ПК-1.1.9

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Лекция 8 Планирование цен и тарифов на рынке транспортных услуг.	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4
		Практическое занятие 6. Определение места транспорта в системе каналов товародвижения.	ПК-1.1.9
		Практическое занятие 7. Изучение видов продвижения транспортных услуг на рынок.	ПК-1.1.9
		Практическое занятие 8. Факторы, влияющие на ценообразование на рынке транспортных услуг.	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4
		Лабораторная работа 16 час. Разработка стратегии транспортного обслуживания клиентов в зависимости от структуры и динамики развития рынка	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4 ПК-2.3.4
		Самостоятельная работа Изучение процессов обеспечения физического доступа к продукции транспортного предприятия, Изучение коммуникационной и ценовой (тарифной) политики транспортного предприятия. Подготовиться к практическим занятиям и лабораторным работам Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций.	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4 ПК-2.3.4

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

Для очной формы обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда транспортного предприятия	4	4	-	4	12
2	Маркетинговые информационные системы.	4	2	-	4	10
3	Планирование продукта в транспортном маркетинге	8	4	-	12	24
4	Структура маркетингового обеспечения транспортного предприятия	16	6	16	20	58
Итого		32	16	16	40	104
Контроль						4
Всего (общая трудоемкость, час.)						108

Для очно-заочной формы обучения

№	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда транспортного предприятия	2	4	-	6	12
2	Маркетинговые информационные системы.	2	2	-	6	10
3	Планирование продукта в транспортном маркетинге	6	4	-	14	24
4	Структура маркетингового обеспечения транспортного предприятия	6	6	16	30	58
Итого		16	16	16	56	104

№	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
					Контроль	4
					Всего (общая трудоемкость, час.)	108

6. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине является неотъемлемой частью рабочей программы и представлены отдельным документом, рассмотренным на заседании кафедры и утвержденным заведующим кафедрой.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

1. Освоение разделов дисциплины производится в порядке, приведенном в разделе 5 «Содержание и структура дисциплины». Обучающийся должен освоить все разделы дисциплины, используя методические материалы дисциплины, а также учебно-методическое обеспечение, приведенное в разделе 8 рабочей программы.

2. Для формирования компетенций обучающийся должен представить выполненные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные материалы по дисциплине).

3. По итогам текущего контроля успеваемости по дисциплине, обучающийся должен пройти промежуточную аттестацию (см. оценочные материалы по дисциплине).

8. Описание материально-технического и учебно-методического обеспечения, необходимого для реализации образовательной программы по дисциплине

8.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата/специалитета/магистратуры, укомплектованные специализированной учебной мебелью и оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: настенным экраном (стационарным или переносным), маркерной доской и (или) меловой доской, мультимедийным проектором (стационарным или переносным).

Все помещения, используемые для проведения учебных занятий и самостоятельной работы, соответствуют действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам.

Для проведения лабораторных работ используется лаборатория кафедры «ауд. 7-423» оборудованная персональными компьютерами, используемыми в учебном процессе.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

8.2. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства: MS Office;

- Операционная система Windows;
- Антивирус Касперский;

8.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных:

- Электронно-библиотечная система издательства «Лань». [Электронный ресурс]. – URL: <https://e.lanbook.com/> — Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Электронно-библиотечная система ibooks.ru («Айбукс»). – URL: <https://ibooks.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Электронная библиотека ЮРАЙТ. – URL: <https://urait.ru/> — Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Единое окно доступа к образовательным ресурсам - каталог образовательных интернет-ресурсов и полнотекстовой электронной учебно-методической библиотеке для общего и профессионального образования». – URL: <http://window.edu.ru/> — Режим доступа: свободный.

– Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> — Режим доступа: свободный.

– Научная электронная библиотека "КиберЛенинка" - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии и повышение цитируемости российской науки. – URL: <http://cyberleninka.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к информационным справочным системам:

– Национальный Открытый Университет "ИНТУИТ". Бесплатное образование. [Электронный ресурс]. – URL: <https://intuit.ru/> — Режим доступа: свободный.

8.5. Перечень печатных и электронных изданий, используемых в образовательном процессе:

– Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. – 14-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 800 с. – URL: <http://ibooks.ru/reading.php?productid=340124> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

– Ершов, Е. М. Современные концепции управления рынком : учебное пособие / Е. М. Ершов, Н. Е. Коклева. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2017. — 57 с. — ISBN 978-5-7641-0993-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93819> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

– Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.12.2020) "О защите прав потребителей"– URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ — Режим доступа: свободный.

8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе:

– Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: my.pgups.ru — Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Электронная информационно-образовательная среда. [Электронный ресурс]. – URL: <https://sdo.pgups.ru> — Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.economy.gov.ru> — Режим доступа: свободный;

– Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации – URL: <https://docs.cntd.ru/> — Режим доступа: свободный.

Разработчик рабочей программы, доцент
кафедры «Менеджмент и маркетинг»:
14 января 2025 г.

E.M. Ершов