

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

Санкт-Петербург
2026

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЙ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Протокол № 6 от 28 января 2026 г.

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и маркетинг»
28 января 2026 г.

_____ *О.В. Ваганова*

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП ВО
28 января 2026 г.

_____ *М.А. Лякина*

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: Роль и функции маркетинга в современной экономике; Факторы маркетинговой среды транспортного предприятия Структуру маркетинговых информационных систем; Направления планирования продукта на рынке транспортных услуг; Формы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортного предприятия. Технологии интермодальных и мультимодальных перевозок. Планирование продвижения на рынке транспортных услуг; Планирование цен и тарифов на рынке транспортных услуг.</i>
ПК-2 Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации	

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 ПК-2.3.2 Имеет навыки по выбору и применению статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации ПК-2.3.4 Имеет навыки по расчету влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации	<i>Обучающийся умеет:</i> - <i>Выполнять расчеты влияния факторов внешней маркетинговой среды на результаты деятельности транспортного предприятия, и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами;</i> - <i>Выполнять расчеты тарифов при организации обслуживания клиентов транспортного предприятия.</i> <i>Обучающийся имеет навыки:</i> - <i>по выбору и применению статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организации;</i> - <i>по расчету влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации.</i>
--	---

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

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	64
В том числе:	32
– лекции (Л)	16
– 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

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда транспортного предприятия	Лекция 1. 2 часа Роль и функции маркетинга в современной экономике.	ПК-1.1.9
		Лекция 2. 2 часа Факторы маркетинговой среды транспортного предприятия	ПК-1.1.9 ПК-2.2.4
		Практическое занятие 1-2. 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 3 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 4 Планирование ассортиментной политики на	ПК-1.1.9

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		рынке транспортных услуг.	
		Практическое занятие 5 Изучение понятия «Брендинг» на рынке транспортных услуг	ПК-1.1.9
		Самостоятельная работа. Изучение процесса планирования продукции транспортного предприятия. Подготовиться к практическим занятиям и лабораторным работам Подготовка к текущей аттестации. Изучение конспекта лекций	ПК-1.1.9
4	Структура маркетингового обеспечения транспортного предприятия	Лекция 9-11. 6 часов Формы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортного предприятия. Интермодальные и мультимодальные перевозки.	ПК-1.1.9
		Лекция 12-14. 6 часов Планирование продвижения на рынке транспортных услуг	ПК-1.1.9
		Лекция 15-16. 4 часа 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

№	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

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 и навыков, 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, 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:

Перечень лицензионных программ представлен на внутреннем портале ФГБОУ ВО ПГУПС по адресу <http://eaisu.pgups.edu.mps/info/prog/>

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;
 - Словари и энциклопедии. – URL: <http://academic.ru/> — Режим доступа: свободный.
 - Научная электронная библиотека "КиберЛенинка" - 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»:
28 января 2026 г.

_____ *Е.М. Ершов*