

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
Б.1.В.11 «ИССЛЕДОВАНИЕ СПРОСА
НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ»
для направления подготовки
38.03.02 «Менеджмент»
по профилю
«Маркетинг в цифровой среде»

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.

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

О.В. Ваганова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП
28 января 2026 г.

Е.М. Ершов

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Исследование спроса на рынке транспортно-логистических услуг» (Б.1.В.11) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970) (далее – ФГОС ВО) с учетом:

- профессионального стандарта 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н);
- профессионального стандарта 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу» (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 года N 95н);
- требований АО «ФПК» к выпускнику по направлению 38.03.02 – «Менеджмент», профиль «Маркетинг в цифровой среде» (подп. заместителем начальника по маркетингу и финансово-экономическим вопросам Северо-Западного филиала АО «ФПК» В.В. Дядичкиным).

Целью изучения дисциплины является формирование у обучающихся знаний и практических навыков в области исследования потребительского спроса на рынке транспортно-логистических услуг с использованием современных методов анализа, включая интернет-инструменты, кабинетные и полевые методы.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- освоить методы исследования спроса на транспортно-логистические услуги, включая количественные и качественные подходы, семантический анализ, мониторинг соцмедиа;
- научиться использовать программы и сервисы исследования спроса в сети «Интернет» (Wordstat, Google Trends, SimilarWeb) для анализа рынка транспортных услуг;
- овладеть кабинетными методами анализа (ABC-, XYZ-, RFM-, когортный анализ) для выявления тенденций изменения спроса на транспортные услуги;
- освоить полевые методы исследования (психографика, CustDev, проективные методики) применительно к рынку транспортно-логистических услуг;
- приобрести навыки проведения маркетинговых исследований на рынке транспортных услуг: анализ факторов спроса, конъюнктуры рынка, конкурентной среды;
- научиться оценивать ёмкость рынка, уровень насыщенности и сегментировать потребителей транспортно-логистических услуг;
- овладеть навыками прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, а также подготовки отчётов и рекомендаций по результатам исследований.

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 Организация маркетинговых исследований в области СМИ	
ПК-1.2.6 Умеет составлять аналитические записки и отчеты по результатам исследований	Обучающийся умеет: – составлять структурированные аналитические записки с выделением ключевых выводов и рекомендаций; – оформлять отчёты по результатам исследований в соответствии с требованиями заказчика и стандартами деловой документации; – визуализировать данные для наглядного представления результатов; – формулировать обоснованные выводы и практические рекомендации на основе интерпретации исследовательских данных.
ПК-1.3.2 Владеет навыками по поиску и отбору организаций, осуществляющих маркетинговые исследования и проводящих социологические опросы	Обучающийся владеет: – навыками составления критериев отбора подрядчиков; – навыками проведения тендерных процедур и запросов предложений на исследовательские услуги; – навыками оценки квалификации исполнителей на основе портфолио, методических подходов и отзывов; – навыками проверки соответствия выбранной организации этическим и правовым нормам проведения маркетинговых исследований.
ПК-1.3.4. Владеет навыками по составлению, заключению, контролю выполнения и приемке результатов договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	Обучающийся владеет: – навыками формирования технического задания в структуре договора; – навыками согласования условий договора с юридической службой и контрагентами; – навыками мониторинга исполнения этапов работ; – навыками приёмки результатов: проверка полноты и достоверности отчётов, оформление актов сдачи-приёмки.
ПК-4 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	
ПК-4.3.2. Владеет навыками по организации сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ	Обучающийся владеет: – навыками выбора инструментов сбора данных (опросы, мониторинг соцмедиа, аналитика поисковых запросов); – навыками разработки анкет и гайдов для измерения узнаваемости; – навыками организации полевого этапа (панели, онлайн-панели, опросы на платформах); – навыками агрегации и первичной обработки собранной информации.
ПК-7 Исследование спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
ПК-7.1.1. Знает методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Обучающийся знает: – количественные и качественные методы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – методы исследования отношения потребителя к товару и марке в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – методы исследования уровня удовлетворенности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – методы исследование спроса в интернете на основе полной семантики; – методы сегментирования в исследовании спроса в

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
	информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
ПК-7.1.2. Знает программы и сервисы исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Обучающийся знает: – программы и сервисы для количественных и качественных методов исследования спроса на транспортные услуги (Wordstat, Google Trends, SimilarWeb); – программы и сервисы для исследования отношения потребителя к транспортной компании и её услугам; – программы и сервисы для исследования уровня удовлетворённости транспортным обслуживанием; – программы и сервисы исследования спроса на основе полной семантики в транспортной сфере; – программы и сервисы сегментирования потребителей транспортных услуг.
ПК-7.1.3. Знает алгоритмы формирования потребительского спроса	Обучающийся знает: – алгоритмы формирования спроса на транспортно-логистические услуги с учётом влияния различных факторов (цена, время, комфорт, безопасность); – алгоритмы формирования спроса с учётом выявления отношения к транспортной компании и её услугам; – алгоритмы формирования спроса с учётом уровня удовлетворённости качеством транспортного обслуживания.
ПК-7.2.1. Умеет использовать инструменты исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Обучающийся умеет: – использовать инструменты качественного и количественного исследования спроса на транспортные услуги; – использовать инструменты исследования уровня удовлетворённости потребителей транспортных услуг; – использовать психографические инструменты исследования спроса на транспортном рынке; – использовать инструменты сегментирования для исследования спроса на транспортно-логистические услуги.
ПК-7.2.2. Умеет применять инструменты анализа для определения тенденций изменения спроса	Обучающийся умеет: – применять инструменты качественного и количественного анализа для определения тенденций изменения спроса на транспортные услуги; – применять инструменты ABC-анализа для определения тенденций изменения спроса на услуги перевозчиков; – применять инструменты исследования спроса на основе полной семантики для транспортного рынка.
ПК-7.2.3. Умеет составлять алгоритмы анализа спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Обучающийся умеет: – составлять алгоритмы количественного и качественного анализа спроса на транспортно-логистические услуги; – составлять алгоритм анализа отношения потребителя к транспортной услуге с применением проективных методик; – составлять алгоритм ABC-анализа спроса на услуги транспортной компании.
ПК-7.3.1. Владеет навыками проведения исследования спроса в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Обучающийся владеет: – навыками проведения качественного и количественного исследования спроса на транспортно-логистические услуги; – навыками проведения исследования отношения потребителя к транспортной компании и её услугам; – навыками проведения исследования уровня удовлетворённости транспортным обслуживанием; – навыками проведения исследования конкурентов на рынке транспортных услуг.
ПК-7.3.2. Владеет навыками	Обучающийся владеет:

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
анализа тенденции изменения спроса	– навыками анализа тенденций изменения спроса на основе данных об отношении потребителя к транспортной компании и её услугам; – навыками анализа тенденций изменения спроса на основе данных об уровне конкуренции на транспортном рынке; – навыками анализа тенденций изменения спроса на основе данных об уровне удовлетворённости транспортным обслуживанием.
ПК-7.3.3. Владеет методами прогнозирования изменения спроса на основе аналитических данных, предоставляемых сервисами поисковых машин	Обучающийся владеет: – методами прогнозирования изменения спроса на транспортные услуги на основе ABC-анализа с использованием данных поисковых сервисов; – методами прогнозирования изменения спроса на основе конкурентного анализа на транспортном рынке; – методами прогнозирования изменения спроса на основе NPS (индекс лояльности) с использованием данных поисковых сервисов.
ПК-8 Разработка методики, проведение маркетингового исследования и сегментация рынка транспортных услуг	
ПК-8.2.3 Умеет проводить маркетинговые исследования рынка транспортных услуг, исследование факторов, определяющих структуру и динамику потребительского спроса на услуги транспорта, конъюнктуры рынка, проведение конкурентного анализа	Обучающийся умеет: – определять цели и задачи исследования применительно к рынку транспортно-логистических услуг; – выбирать методы сбора первичных и вторичных данных о спросе на транспортные услуги; – выявлять факторы, влияющие на спрос (цена, время доставки, частота рейсов, комфорт); – проводить анализ конъюнктуры транспортного рынка и конкурентного окружения (доли рынка, стратегии перевозчиков, карты позиционирования).
ПК-8.3.3 Владеет навыками определения размеров рынка или территории, которую обслуживает транспортное предприятие	Обучающийся владеет: – навыками расчёта ёмкости рынка транспортных услуг на основе статистических данных (пассажиропоток, грузопоток, количество рейсов); – навыками определения границ обслуживаемой территории транспортного предприятия; – навыками оценки охвата рынка относительно конкурентов и потенциальных зон роста; – навыками прогнозирования изменения размеров транспортного рынка под влиянием внешних факторов (инфраструктурные проекты, демографические изменения).
ПК-8.3.4 Владеет навыками оценки спроса на предлагаемые услуги, включая уровень насыщенности рынка конкурирующими услугами	Обучающийся владеет: – навыками расчёта спроса на транспортные услуги на основе данных о перевозках и опросов потребителей; – навыками оценки индекса насыщенности транспортного рынка (соотношение предложения и спроса); – навыками выявления сегментов с избыточным предложением и сегментов с неудовлетворённым спросом на транспортные услуги; – навыками анализа влияния конкурентных видов транспорта на уровень спроса.
ПК-8.3.5 Владеет навыками описания структуры рынка и его базовых сегментов	Обучающийся владеет: – навыками построения карты транспортного рынка с выделением ключевых участников (перевозчики, операторы инфраструктуры, регуляторы); – навыками сегментирования потребителей транспортных услуг

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
	по целям поездок, частоте использования, лояльности и чувствительности к цене; – навыками описания профилей каждого сегмента потребителей; – навыками визуализации структуры транспортного рынка (диаграммы, таблицы концентрации).
ПК-8.3.6 Владеет навыками изучения и анализа деятельности транспортных предприятий-перевозчиков, функционирующих на данном рынке	Обучающийся владеет: – навыками сбора информации о конкурентах на транспортном рынке (маршрутная сеть, тарифы, подвижной состав, качество обслуживания); – навыками сравнительного анализа операционных показателей перевозчиков (интервалы движения, наполняемость, соблюдение расписания); – навыками оценки уровня удовлетворённости клиентов услугами конкретных перевозчиков; – навыками выявления лучших практик и зон для улучшения на основе бенчмаркинга.
ПК-8.3.7 Владеет навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Обучающийся владеет: – навыками структурирования отчёта по результатам исследования спроса на транспортные услуги; – навыками формулирования стратегических и тактических рекомендаций, привязанных к выявленным возможностям транспортного рынка; – навыками адаптации формата отчёта для разных аудиторий (руководство транспортной компании, маркетинговый отдел, партнёры); – навыками презентации результатов с использованием визуальных материалов.
ПК-9 Разработка, тестирование и внедрение клиентоориентированных транспортных услуг, создание нематериальных активов (брендов) транспортных компаний и управление ими	
ПК-9.1.4 Знает структуру факторов, оказывающих влияние на решения клиентов на рынке транспортных услуг	Обучающийся знает: – структуру факторов, оказывающих влияние на решения клиентов на рынке транспортно-логистических услуг (цена, время, надёжность, комфорт, безопасность, доступность).
ПК-9.2.3 Умеет разрабатывать и внедрять на рынок клиентоориентированные транспортные услуги на основе анализа поведения потребителей (клиентов)	Обучающийся умеет: – использовать данные о поведении клиентов для генерации идей новых транспортных услуг; – разрабатывать ценностные предложения, адресованные конкретным сегментам потребителей транспортных услуг; – планировать пилотные запуски транспортных услуг и собирать обратную связь для их доработки; – формировать маркетинговые коммуникации, акцентирующие выгоды для клиента транспортной компании.
ПК-9.2.8 Умеет понимать и анализировать проблемы клиентов, проявлять гибкость в принятии решений, применять креативность, критическое мышление, настойчивость в достижении целей, инициативность	Обучающийся умеет: – выявлять глубинные потребности и болевые точки клиентов транспортных услуг; – генерировать нестандартные решения для повышения качества транспортного обслуживания и устранения проблем; – оперативно адаптировать планы и подходы при изменении рыночной ситуации или обратной связи на транспортном рынке; – отстаивать интересы клиента внутри транспортной организации, проявляя настойчивость и инициативу в реализации улучшений.
ПК-10 Разработка рекомендаций по совершенствованию политики тарифообразования в транспортной организации	
ПК-10.1.4 Знает способы	Обучающийся знает:

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
регулирования рынка транспортных услуг	– методы прямого регулирования транспортного рынка (установление предельных тарифов, лицензирование, квотирование маршрутов); – методы косвенного регулирования (налоговые льготы, субсидирование социально значимых маршрутов); – антимонопольное регулирование в сфере транспорта; – отраслевые стандарты и нормативные акты, влияющие на ценообразование транспортных услуг.
ПК-10.2.5 Умеет организовывать бенчмаркинг-исследования потребительского конкурентного восприятия цен/тарифов и ценностей товара на рынке с использованием инструментов и методов традиционных исследований и интернет-исследований	Обучающийся умеет: – разрабатывать дизайн бенчмаркинг-исследования тарифов на транспортном рынке; – применять методы традиционных опросов (личные интервью, телефонные опросы) для оценки чувствительности к тарифам на транспортные услуги; – использовать интернет-инструменты (мониторинг цен онлайн, анализ отзывов, опросы в соцсетях) для изучения восприятия тарифов; – сопоставлять полученные данные для выработки рекомендаций по оптимизации тарифной политики транспортной организации.
ПК-11 Разработка, внедрение и совершенствование системы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортной организации и ее сбытовой политики	
ПК-11.2.3 Умеет контролировать качество обслуживания клиентов	Обучающийся умеет: – разрабатывать систему показателей качества обслуживания на транспорте (время ожидания, соблюдение расписания, вежливость персонала, скорость оформления); – организовывать сбор обратной связи от потребителей транспортных услуг; – анализировать отклонения от стандартов качества и выявлять причины неудовлетворённости; – формировать отчёты по качеству транспортного обслуживания и участвовать в разработке корректирующих мероприятий.

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

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

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	
В том числе:	
– лекции (Л)	32
– практические занятия (ПЗ)	48
– лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	64
Контроль	36
Форма контроля (промежуточной аттестации)	Э, КР
Общая трудоемкость: час / з.е.	180/5

Примечание: «Форма контроля» – экзамен (Э), курсовая работа (КР).

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
1	Современный рынок: основные характеристики и методы исследования спроса	Лекция 1. Современный рынок: основные характеристики; место исследования спроса в системе маркетинга.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1
		Лекция 2. Постановка управленческой и исследовательской задачи для исследования спроса на транспортно-логистические услуги.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1
		Практическое занятие 1-2 (4 часа). Современный рынок: основные характеристики; инструменты исследования.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1
		Практическое занятие 3 (2 часа). Постановка управленческой и исследовательской задачи для исследования спроса.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1
		Самостоятельная работа Изучить рекомендуемую литературу: - Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2012. 383 с. - Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 570 с. - Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие. 2-е изд. М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. 336 с. - Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 315 с. - Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2025. 545 с. - Маркетинговые исследования : теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова, И.К. Захаренко, С.В. Земляк [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2023. 307 с. - Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимова, Н.И. Ивашкова [и др.] ; под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимовой. М.: КноРус, 2022. 568 с. - Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие. 5-е изд., стер. М.: Дашков и К, 2023. 292 с. - Интервью Николаса Коро для ADS / записала И. Методиева // Гильдия маркетологов : некоммерческое партнерство : [сайт]. [2021]. URL: https://www.marketologi.ru/publikatsii/intervju/4827/.	ПК-7.1.1 ПК-7.1.2 ПК-7.2.1 ПК-7.2.2 ПК-7.3.1
2	Методы исследования потребительского спроса в сети «Интернет»	Лекция 3. Количественные и качественные методы исследования спроса в интернете.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Лекция 4. Семантический анализ и исследование спроса на основе поисковых запросов.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Практическое занятие 4-5 (4 часа). Количественные и качественные методы исследования спроса в интернете.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Практическое занятие 6-7 (4 часа). Семантический анализ и работа с сервисами поисковых систем (Wordstat, Google Trends).	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1
		Самостоятельная работа 1) Изучить рекомендуемую литературу: - Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2012. 383 с. - Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 570 с. - Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие. 2-е изд. М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. 336 с. - Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 315 с. - Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2025. 545 с. - Маркетинговые исследования : теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова, И.К. Захаренко, С.В. Земляк [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2023. 307 с. - Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимова, Н.И. Ивашкова [и др.]; под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимовой. М.: КноРус, 2022. 568 с. - Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие. 5-е изд, стер. М.: Дашков и К, 2023. 292 с. - Как узнать спрос на товар или услугу // ЯндексДирект : База знаний : сайт. 2025. 22 июля. URL: https://direct.yandex.ru/base/articles/kak-uznat-spros-na-tovar-ili-uslugu . 2) Повторить конспекты лекций; подготовка к текущему контролю; написание курсовой работы.	ПК-7.1.1 ПК-7.1.2 ПК-7.2.1 ПК-7.2.2 ПК-7.3.1 ПК-7.3.2
3	Полевые методы исследования спроса	Лекция 5. Психографика как метод исследования спроса.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Лекция 6. Потребительский инсайт и методика CustDev в исследовании спроса.	
		Лекция 7. Проективные методики в исследовании спроса.	
		Практическое занятие 8-9 (4 часа). Психографика и сегментирование потребителей транспортных услуг.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Практическое занятие 10-11 (4 часа). Методика CustDev: глубинное интервью и выявление инсайтов.	
		Практическое занятие 12 (2 часа). Проективные методики: ассоциативные тесты, незаконченные предложения.	
		Самостоятельная работа. 1) Изучить рекомендуемую литературу: - Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1,

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		применению. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2012. 383 с. - Бутыркин А.Я., Куликова Е.Б., Мадяр О.Н. Маркетинг в пассажирских перевозках : учебное пособие. М.: УМЦ ЖДТ, 2025. 352 с. - Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 570 с. - Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие. 2-е изд. М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. 336 с. - Ершов Н.С. Особенности и эффективность маркетинга транспортных услуг. М.: Лаборатория книги, 2010. 69 с. - Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 315 с. - Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2025. 545 с. - Маркетинговые исследования : теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова, И.К. Захаренко, С.В. Земляк [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2023. 307 с. - Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимова, Н.И. Ивашкова [и др.]; под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимовой. М.: КноРус, 2022. 568 с. - Маркетинговый анализ восприятия пассажирами услуг и подвижного состава общественного транспорта / И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук, С.В. Мхитарян [и др.]; под общей ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук, А.В. Лукина. М.: КноРус, 2023. 326 с. - Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие. 5-е изд, стер. М.: Дашков и К, 2023. 292 с. - Транспортный маркетинг : учебное пособие / В.Г. Галабурда, Ю.Г. Соколов, Г.В. Бубнова [и др.]. М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020. 472 с. 2) Повторить конспекты лекций; подготовка к текущему контролю; написание курсовой работы.	ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
4	Кабинетные методы исследования спроса	Лекция 8-9. ABC-анализ. Совмещённый XYZ-анализ.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Лекция 10. RFM-анализ.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2, ПК-7.3.3
		Лекция 11. Когортный анализ.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Практическое занятие 13-14 (4 часа). ABC- и XYZ-анализ спроса на транспортные услуги.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Практическое занятие 15 (2 часа). RFM-анализ клиентской базы транспортной компании.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1,

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		Практическое занятие 16 (2 часа). Когортный анализ и удержание клиентов.	ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2, ПК-7.3.3
		Самостоятельная работа. 1) Изучить рекомендуемую литературу: - Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2012. 383 с. - Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 570 с. - Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие. 2-е изд. М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. 336 с. - Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 315 с. - Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2025. 545 с. - Маркетинговые исследования : теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова, И.К. Захаренко, С.В. Земляк [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2023. 307 с. - Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимова, Н.И. Ивашкова [и др.]; под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимовой. М.: КноРус, 2022. 568 с. - Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие. 5-е изд., стер. М.: Дашков и К, 2023. 292 с. - Тарасов Д.Э., Быстров О.Ф. Информационные системы и технологии в логистике: информационно-аналитическая поддержка управленческих решений. М.: КноРус, 2018. 106 с. - Лебедева О.А. Выбор модели оценки транспортного спроса с учетом входных данных [Электронный ресурс] // Современные технологии и научно-технический прогресс. 2025. № 1. С. 169-170. URL: https://ebsvkr.ru/ru/nauka/article/97887/view#online. - «РЖД-Партнер.РУ» : Информационное агентство : [сайт]. М., 2002-2026. URL: https://www.rzd-partner.ru/. - Транспорт : Официальная статистика // Росстат : [сайт]. М., 1999-2026. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/transport. - Транспорт в России : сборник [Электронный ресурс] // Росстат : [сайт]. М., 1999-2026. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13229. 2) Повторить конспекты лекций; подготовка к текущему контролю; написание курсовой работы.	ПК-7.1.1 ПК-7.1.2 ПК-7.2.1 ПК-7.2.2 ПК-7.3.1 ПК-7.3.2 ПК-7.3.3
5	Исследование спроса на рынке транспортно-логистических услуг	Лекция 12. Особенности маркетинговых исследований на транспорте: факторы спроса, конъюнктура рынка.	ПК-8.2.3, ПК-8.3.3, ПК-8.3.4, ПК-10.1.4
		Лекция 13. Ёмкость рынка, насыщенность конкурентными услугами, сегментирование потребителей транспортных услуг.	ПК-8.3.3, ПК-8.3.4, ПК-8.3.5, ПК-9.1.4
		Лекция 14. Анализ деятельности транспортных предприятий-перевозчиков и бенчмаркинг.	ПК-8.3.6, ПК-10.2.5
		Практическое занятие 17-18 (4 часа). Расчёт ёмкости рынка и индекса насыщенности транспортных услуг.	ПК-8.3.3, ПК-8.3.4, ПК-8.3.5
		Практическое занятие 19-20 (4 часа). Сегментирование потребителей транспортных услуг.	ПК-8.3.5, ПК-9.1.4,

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
			ПК-9.2.3
		Практическое занятие 21 (2 часа). Анализ конкурентов на транспортном рынке (карты позиционирования, бенчмаркинг).	ПК-8.3.6, ПК-10.2.5
		Самостоятельная работа. 1) Изучить рекомендуемую литературу: - Бутыркин А.Я., Куликова Е.Б., Мадяр О.Н. Маркетинг в пассажирских перевозках : учебное пособие. М.: УМЦ ЖДТ, 2025. 352 с. - Ершов Н.С. Особенности и эффективность маркетинга транспортных услуг. М.: Лаборатория книги, 2010. 69 с. - Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 315 с. - Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2025. 545 с. - Маркетинговые исследования : теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова, И.К. Захаренко, С.В. Земляк [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2023. 307 с. - Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимова, Н.И. Ивашкова [и др.] ; под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимовой. М.: КноРус, 2022. 568 с. - Маркетинговый анализ восприятия пассажирами услуг и подвижного состава общественного транспорта / И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук, С.В. Мхитарян [и др.]; под общей ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук, А.В. Лукина. М.: КноРус, 2023. 326 с. - Транспортный маркетинг : учебное пособие / В.Г. Галабурда, Ю.Г. Соколов, Г.В. Бубнова [и др.]. М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020. 472 с. - Лебедева О.А. Выбор модели оценки транспортного спроса с учетом входных данных [Электронный ресурс] // Современные технологии и научно-технический прогресс. 2025. № 1. С. 169-170. URL: https://ebsvkr.ru/ru/nauka/article/97887/view#online. - «РЖД-Партнер.РУ» : Информационное агентство : [сайт]. М., 2002-2026. URL: https://www.rzd-partner.ru/. - Транспорт : Официальная статистика // Росстат : [сайт]. М., 1999-2026. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/transport. - Транспорт в России : сборник [Электронный ресурс] // Росстат : [сайт]. М., 1999-2026. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13229. 2) Повторить конспекты лекций; подготовка к текущему контролю; написание курсовой работы.	ПК-8.2.3, ПК-8.3.3, ПК-8.3.4, ПК-8.3.5, ПК-8.3.6, ПК-9.1.4, ПК-9.2.3, ПК-10.1.4, ПК-10.2.5
6	Исследование эффективности рекламы и PR. Брендинг транспортных компаний	Лекция 15. Исследование спроса на марку (бренд) транспортной компании.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2, ПК-9.1.4
		Лекция 16. Расчёт индексов удовлетворённости (CSI) и лояльности (NPS) на транспорте.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Лекция 17. Исследование спроса в социальных сетях. Мониторинг упоминаний и анализ отзывов.	ПК-4.3.2, ПК-7.1.1, ПК-7.1.2,

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
			ПК-7.2.1, ПК-7.2.2
		Лекция 18. Оценка эффективности рекламы и PR: методы сбора данных об узнаваемости.	ПК-4.3.2, ПК-1.2.6, ПК-1.3.2, ПК-1.3.4
		Практическое занятие 22-23 (4 часа). Исследование спроса на бренд транспортной компании.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Практическое занятие 24-25 (4 часа). Расчёт CSI и NPS на основе опросов потребителей транспортных услуг.	ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2
		Самостоятельная работа. 1) Изучить рекомендуемую литературу: - Аржанова К.А., Еремеева А.И. Продвижение брендов: аналитика, решения, кейсы : монография. М.: Русайнс, 2022. 219 с. - Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2012. 383 с. - Бутыркин А.Я., Куликова Е.Б., Мадяр О.Н. Маркетинг в пассажирских перевозках : учебное пособие. М.: УМЦ ЖДТ, 2025. 352 с. - Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 570 с. - Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие. 2-е изд. М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. 336 с. - Ершов Н.С. Особенности и эффективность маркетинга транспортных услуг. М.: Лаборатория книги, 2010. 69 с. - Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 315 с. - Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2025. 545 с. - Маркетинговые исследования : теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова, И.К. Захаренко, С.В. Земляк [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2023. 307 с. - Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимова, Н.И. Ивашкова [и др.]; под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимовой. М.: КноРус, 2022. 568 с. - Маркетинговый анализ восприятия пассажирами услуг и подвижного состава общественного транспорта / И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук, С.В. Мхитарян [и др.]; под общей ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук, А.В. Лукина. М.: КноРус, 2023. 326 с. - Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие. 5-е изд., стер. М.: Дашков и К, 2023. 292 с. - Транспортный маркетинг : учебное пособие / В.Г. Галабурда, Ю.Г. Соколов, Г.В. Бубнова [и др.]. М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020. 472 с. - PR для логистики: как занять лидерство в нише и привлечь десятки клиентов / BBAgency // MarketingTech : [сайт]. 2025. 25 августа. URL: https://marketing-	ПК-1.2.6, ПК-1.3.2, ПК-1.3.4, ПК-4.3.2, ПК-7.1.1, ПК-7.1.2, ПК-7.2.1, ПК-7.2.2, ПК-7.3.1, ПК-7.3.2, ПК-8.3.7, ПК-9.1.4

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенций
		tech.ru/cases/bbagency/pr_dlya_logistiki_kak_zanyat_liderstvo_v_nishe_i_privlech_desyatki_klientov/. - Как увеличить на 30+% окупаемость, число заказчиков, выручку и узнаваемость. Кейс «Грузовичкоф» / VBI Digital Agency // Workspace.ru : сайт. 2025. 19 февраля. URL: https://workspace.ru/cases/kak-uvlichit-na-30-okupaemost-chislo-polzovateley-i-vyruchku-sdelav-kompaniyu-bolee-uznavaemoy/. - Как узнать спрос на товар или услугу // ЯндексДирект : База знаний : сайт. 2025. 22 июля. URL: https://direct.yandex.ru/base/articles/kak-uznat-spros-na-tovar-ili-uslugu. 2) Повторить конспекты лекций; подготовка к текущему контролю; написание курсовой работы.	

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

№	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	СРС	Всего
1	Современный рынок: основные характеристики и методы исследования спроса	4	6	8	18
2	Методы исследования потребительского спроса в сети «Интернет»	4	6	8	18
3	Полевые методы исследования спроса	6	10	12	28
4	Кабинетные методы исследования спроса	6	8	12	26
5	Исследование спроса на рынке транспортно-логистических услуг	6	10	12	28
6	Исследование эффективности рекламы и PR. Брендинг транспортных компаний	6	8	12	26
	Итого	32	48	64	144
Контроль					36
Всего (общая трудоемкость, час.)					180/5

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

Оценочные материалы по дисциплине являются 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, 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.

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:

- eLIBRARY : научная электронная библиотека. М.: ООО «Научная электронная библиотека», 2000-2026. URL: <http://elibrary.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей.

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

- «ИНТУИТ» : Национальный Открытый Университет : [сайт]. М.: НОУ «ИНТУИТ», 2003-2026. URL: <https://intuit.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей.

- «КиберЛенинка» : научная электронная библиотека. М.: ООО «Итеос», 2012-2026. URL: <http://cyberleninka.ru/>.

- ibooks.ru : электронно-библиотечная система : сайт. СПб.: «Питер», «БХВ-Петербург», 2010-2026. URL: <https://ibooks.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru.

- Гарант.ру : информационно-правовой портал. М.: ООО «НПП "ГАРАНТ-СЕРВИС"», 1990-2026. URL: <https://www.garant.ru/>.

- Консультант студента : электронная библиотечная система : сайт. М.: IT компания ООО «Консультант студента», 2010-2026. URL: <https://www.studentlibrary.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru.

- Лань : электронно-библиотечная система : сайт. СПб.: ООО «ЭБС Лань», 2011-2026. URL: <https://e.lanbook.com/>. Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru.

- Словари и энциклопедии на Академике : интернет-сервис. «Центр телекоммуникаций», 2000-2026. URL: <http://academic.ru/>.

- Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации : сайт. СПб: АО «Кодекс», 2026. URL: <http://docs.cntd.ru/>.

- ЮРАЙТ : образовательная платформа : сайт. М.: ООО «Электронное издательство Юрайт», 2020-2026. URL: <https://urait.ru/>. Режим доступа: для авториз. пользователей; доступ из личного кабинета на сайте library.pgups.ru.

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

- 1) Аржанова К.А., Еремеева А.И. Продвижение брендов: аналитика, решения, кейсы : монография. М.: Русайнс, 2022. 219 с. ISBN 978-5-466-01493-8.

- 2) Березин И.С. Маркетинговые исследования. Инструкция по применению. 3-е

изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2012. 383 с.

3) Бутыркин А.Я., Е.Б. Куликова, Мадяр О.Н. Маркетинг в пассажирских перевозках : учебное пособие. М.: УМЦ ЖДТ, 2025. 352 с. ISBN 978-5-907836-23-5.

4) Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 570 с.

5) Герасимов Б.И., Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка : учебное пособие. 2-е изд. М.: ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. 336 с.

6) Ершов Н.С. Особенности и эффективность маркетинга транспортных услуг. М.: Лаборатория книги, 2010. 69 с.

7) Карасев А.П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 315 с.

8) Коротков А.В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2025. 545 с.

9) Маркетинговые исследования : теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С.П. Азарова, И.К. Захаренко, С.В. Земляк [и др.]; под общ. ред. О.Н. Жильцовой. М.: Издательство Юрайт, 2023. 307 с.

10) Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимова, Н.И. Ивашкова [и др.] ; под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Д.М. Ефимовой. М.: КноРус, 2022. 568 с. ISBN 978-5-406-09451-8.

11) Маркетинговый анализ восприятия пассажирами услуг и подвижного состава общественного транспорта / И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук, С.В. Мхитарян [и др.]; под общей ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук, А.В. Лукина. М.: КноРус, 2023. 326 с.

12) Сафронова Н.Б., Корнеева И.Е. Маркетинговые исследования : учебное пособие. 5-е изд, стер. М.: Дашков и К, 2023. 292 с.

13) Тарасов Д.Э., Быстров О.Ф. Информационные системы и технологии в логистике: информационно-аналитическая поддержка управленческих решений. М.: КноРус, 2018. 106 с. ISBN 978-5-4365-3000-0.

14) Транспортный маркетинг : учебное пособие / В.Г. Галабурда, Ю.Г. Соколов, Г.В. Бубнова [и др.]. М.: ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2020. 472 с.

15) Лебедева О.А. Выбор модели оценки транспортного спроса с учетом входных данных[Электронный ресурс]// Современные технологии и научно-технический прогресс. 2025. №. 1. С. 169-170. URL: <https://ebsvkr.ru/ru/nauka/article/97887/view#online>.

16) Интервью Николаса Коро для ADS / записала И.Методиева // Гильдия маркетологов : некоммерческое партнерство : [сайт]. [2021]. URL: <https://www.marketologi.ru/publikatsii/intervju/4827/>.

17) «РЖД-Партнер.РУ» : Информационное агентство : [сайт]. М., 2002-2026. URL: <https://www.rzd-partner.ru/>.

18) PR для логистики: как занять лидерство в нише и привлечь десятки клиентов / BBAgency // MarketingTech :[сайт]. 2025. 25 августа. URL: https://marketing-tech.ru/cases/bbagency/pr_dlya_logistiki_kak_zanyat_liderstvo_v_nishe_i_privlech_desyatki_klientov/.

19) Как увеличить на 30+% окупаемость, число заказчиков, выручку и узнаваемость. Кейс «Грузовичкоф» / VBI Digital Agency // Workspace.ru : сайт. 2025. 19 февраля. URL: <https://workspace.ru/cases/kak-uvlechit-na-30-okupaemost-chislo-polzovateley-i-vyruchku-sdelav-kompaniyu-bolee-uznavayemy/>.

20) Как узнать спрос на товар или услугу // ЯндексДирект : База знаний : сайт. 2025. 22 июля. URL: <https://direct.yandex.ru/base/articles/kak-uznat-spros-na-tovar-ili-uslugu>.

21) Транспорт : Официальная статистика // Росстат : [сайт]. М., 1999-2026. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/transport>.

22) Транспорт в России : сборник [Электронный ресурс] // Росстат : [сайт]. М., 1999-2026. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13229>.

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

- Личный кабинет/Электронная информационно-образовательная среда // ФГБОУ ВО ПГУПС :[сайт]. СПб, 2026. URL:[http: my.pgups.ru](http://my.pgups.ru). Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Электронная информационно-образовательная среда // ФГБОУ ВО ПГУПС :[сайт]. СПб, 2026. URL:<https://sdo.pgups.ru>. Режим доступа: для авториз. пользователей;
- Министерство экономического развития Российской Федерации : официальный сайт. М.: 2008- .URL:<http://www.economy.gov.ru>;
- Docs.cntd.ru : электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации : сайт / АО «Кодекс». СПб, 2005-2026. URL:<http://docs.cntd.ru/>.

Разработчик рабочей программы
доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
28 января 2026 г.

О.Ф. Серова