

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.10 «СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»*  
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.

Заведующий 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 «Стратегический маркетинг и менеджмент» (Б1.В.10) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (далее – ФГОС ВО), утвержденного 12.08.2020 г., приказ Министерства образования и науки Российской Федерации № 970.

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, указанных в разделе 2 рабочей программы.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- изучение видов ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность;
- изучение корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регулирующих профессиональную деятельность;
- умение разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга;
- умение разрабатывать клиентоориентированную маркетинговую стратегию на рынке транспортных услуг;
- умение разрабатывать коммуникационную стратегию транспортной организации;
- изучение роли маркетинга и бренд-менеджмента в формировании ценовой политики и стратегии ценообразования;
- развитие навыков разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;
- развитие навыков разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий;
- развитие навыков по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ;
- развитие навыков по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом;
- развитие навыков по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом;
- развитие навыков разработки предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ;
- развитие навыков формирования предложений по совершенствованию продуктового предложения на рынке транспортных услуг;
- развитие навыков разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг);
- развитие навыков разработки и совершенствования ассортиментной политики организации;
- развитие навыков проведения экономической оценки эффективности реализации транспортной услуги, расчета финансового результата от внедрения новой услуги;
- развитие навыков разработки комплексной системы сбыта продукции транспортной организации;
- развитие навыков совершенствования системы обеспечения физического доступа клиентов к услугам 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)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК 2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| УК-2.1.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. | <i>Обучающийся знает: Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. Обучающийся умеет: Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности Обучающийся владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией</i> |
| ПК-1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ПК-1.1.3. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность                                                                                                | <i>Обучающийся знает:<br/>- корпоративные стандарты;<br/>- регламенты и иные локальные нормативные акты.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ПК-2 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ПК-2.2.2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга                                                                                                                                     | <i>Обучающийся умеет:<br/>- составлять предложения в маркетинговую политику;<br/>- проводить анализ рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ПК-2.3.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий                                                                                         | <i>Обучающийся владеет:<br/>- разработки предложений в маркетинговую политику.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| ПК-2.3.3. Владеет навыками по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ                                                                                      | <i>Обучающийся владеет:<br/>- разработки предложений в ценовую политику.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| ПК-2.3.5. Владеет навыками по согласованию маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом                                                                                   | <i>Обучающийся владеет:<br/>- разработки предложений в маркетинговую политику;<br/>- разработки предложений в ценовую политику.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| ПК-4 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ПК-4.3.5. Владеет навыками разработки предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ                                                                                                                | <i>Обучающийся владеет:<br/>- навыками разработки предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ПК-8 Разработка методики, проведение маркетингового исследования и сегментация рынка транспортных услуг.                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| ПК-8.3.8 Владеет навыками формирования предложений по совершенствованию продуктового предложения на рынке транспортных услуг.                                                                                                    | <i>Обучающийся владеет:<br/>- навыками формирования предложений по совершенствованию продуктового предложения на рынке транспортных услуг.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| ПК-8.3.9 Владеет навыками формирования предложений по внедрению нового продукта или услуги, модернизации либо                                                                                                                    | <i>Обучающийся владеет:<br/>- навыками формирования предложений по внедрению нового продукта или услуги, модернизации либо закрытия продукта или</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| Индикаторы достижения компетенций                                                                                                                                      | Результаты обучения по дисциплине (модулю)                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| закрытия продукта или услуги транспортной организации.                                                                                                                 | услуги транспортной организации.                                                                                                                                               |
| ПК-9 Разработка, тестирование и внедрение клиентоориентированных транспортных услуг, создание нематериальных активов (брендов) транспортных компаний и управление ими. |                                                                                                                                                                                |
| ПК-9.2.7 Умеет разрабатывать клиентоориентированную маркетинговую стратегию на рынке транспортных услуг                                                                | Обучающийся умеет:<br>- разрабатывать клиентоориентированную маркетинговую стратегию на рынке транспортных услуг;<br>- определять пути совершенствования стратегии продвижения |
| ПК-9.3.1 Владеет навыками разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг).                                             | Обучающийся владеет:<br>- навыками разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг).                                            |
| ПК-9.3.2 Владеет навыками разработки и совершенствования ассортиментной политики организации.                                                                          | Обучающийся владеет:<br>- навыками разработки и совершенствования ассортиментной политики организации.                                                                         |
| ПК-9.3.3 Владеет навыками проведения экономической оценки эффективности реализации транспортной услуги, расчета финансового результата от внедрения новой услуги.      | Обучающийся владеет:<br>- навыками проведения экономической оценки эффективности реализации транспортной услуги, расчета финансового результата от внедрения новой услуги.     |
| ПК-10 Разработка рекомендаций по совершенствованию политики тарифообразования в транспортной организации.                                                              |                                                                                                                                                                                |
| ПК-10.1.6 Знает роль маркетинга и бренд-менеджмента в формировании ценовой политики и стратегии ценообразования.                                                       | Обучающийся знает:<br>- роль маркетинга и бренд-менеджмента в формировании ценовой политики и стратегии ценообразования.                                                       |
| ПК-11 Разработка, внедрение и совершенствование системы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортной организации и ее сбытовой политики.            |                                                                                                                                                                                |
| ПК-11.3.6 Владеет навыками разработки комплексной системы сбыта продукции транспортной организации.                                                                    | Обучающийся владеет:<br>- навыками разработки комплексной системы сбыта продукции транспортной организации.                                                                    |
| ПК-11.3.7 Владеет навыками совершенствования системы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортной организации                                       | Обучающийся владеет:<br>- навыками совершенствования системы обеспечения физического доступа клиентов к услугам транспортной организации                                       |
| ПК-12 Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций транспортной организации.                                                           |                                                                                                                                                                                |
| ПК-12.2.3 Умеет разрабатывать коммуникационную стратегию транспортной организации.                                                                                     | Обучающийся умеет:<br>-разрабатывать коммуникационную стратегию транспортной 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

| Вид учебной работы                           | Всего часов | Модуль |    |
|----------------------------------------------|-------------|--------|----|
|                                              |             | 1      | 2  |
| Контактная работа (по видам учебных занятий) | 144         | 64     | 80 |
| В том числе:                                 |             |        |    |
| – лекции (Л)                                 | 64          | 32     | 32 |
| – практические занятия (ПЗ)                  | 80          | 32     | 48 |

|                                           |         |       |       |
|-------------------------------------------|---------|-------|-------|
| Самостоятельная работа (СРС) (всего)      | 108     | 44    | 64    |
| Контроль                                  | 72      | 36    | 36    |
| Форма контроля (промежуточной аттестации) | Э, КП   | Э     | КП    |
| Общая трудоемкость: час / з.е.            | 324 / 9 | 144/4 | 180/5 |

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

| № п/п    | Наименование раздела дисциплины                | Содержание раздела                                                                                                                                                                    | Индикаторы достижения компетенций |
|----------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Модуль 1 |                                                |                                                                                                                                                                                       |                                   |
| 1        | Современные тренды стратегического управления. | Лекция 1. Концепции стратегического управления                                                                                                                                        | ПК-2.2.2.                         |
|          |                                                | Лекции 2-3. Виды ресурсов для решения профессиональных задач.                                                                                                                         | УК-2.1.1.                         |
|          |                                                | Лекции 4-5. Концептуальные и стратегические документы в области маркетинга                                                                                                            | ПК-1.1.3.                         |
|          |                                                | Лекции 6-7. Виды стратегий и программ продвижения продукции                                                                                                                           | ПК-4.3.5                          |
|          |                                                | Практическое занятие 1. Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность                                             | ПК-1.1.3.                         |
|          |                                                | Практическое занятие 2-3 Стратегический анализ                                                                                                                                        | ПК-2.2.2.                         |
| 2        | Основы стратегического анализа                 | Лекции 8-9. Законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность                                                                                             | УК-2.1.1.<br>ПК-1.1.3.            |
|          |                                                | Лекции 10-11. Системы доступа клиентов к услугам транспортной организации                                                                                                             | ПК-11.3.7                         |
|          |                                                | Лекции 12-13. Корпоративные стандарты и стратегии                                                                                                                                     | ПК-1.1.3.                         |
|          |                                                | Лекции 14-15. Маркетинговые стратегии. Согласование с целями, задачами и стратегиями подразделений                                                                                    | ПК-2.3.5                          |
|          |                                                | Лекция 16. Реализация коммуникационных целей маркетинговых стратегии                                                                                                                  | ПК-2.3.1.<br>ПК-12.2.3            |
|          |                                                | Практическое занятие 1. Виды, структура и состав коммуникационную стратегии организации.                                                                                              | ПК-1.2.4.                         |
|          |                                                | Практическое занятие 2-3. Ценовые стратегии организации                                                                                                                               | ПК-2.3.3                          |
| Модуль 2 |                                                |                                                                                                                                                                                       |                                   |
| 3        |                                                | Лекции 17-18. Системы сбыта продукции транспортной организации.                                                                                                                       | ПК-11.3.6                         |
|          |                                                | Лекции 19-20. Б р е н д-менеджмент в формировании ценовой политики и стратегии ценообразования.                                                                                       | ПК-10.1.6                         |
|          |                                                | Лекции 21-22. Ассортиментная политика организации.                                                                                                                                    | ПК-9.3.2                          |
|          |                                                | Лекции 23-24. К л и е н т о о р и е н т и р о в а н н а я маркетинговая стратегия на рынке транспортных услуг                                                                         | ПК-9.2.7                          |
|          |                                                | Лекции 25-26. Предложения по внедрению нового продукта или услуги, модернизации либо закрытия продукта или услуги транспортной организации.                                           | ПК-8.3.9                          |
|          |                                                | Лекции 27-32. Комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)                                                                                                  | ПК-9.3.1                          |
|          |                                                | Практическое занятие 1-2<br>Формирование ценовой политики и стратегии ценообразования.<br>Разработка проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию | ПК-2.3.3.<br>ПК-9.1.3             |
|          |                                                | Практическое занятие 3-4. Продуктовое предложение                                                                                                                                     | ПК-8.3.8                          |
|          |                                                | Практическое занятие 5-6 Эффективность реализации транспортной услуги.                                                                                                                | ПК-9.3.3                          |
|          |                                                | Самостоятельная работа. Работа над курсовым проектом                                                                                                                                  |                                   |

## 5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

| №                                       | Наименование раздела дисциплины               | Л  | ПЗ | ЛР | СРС | Всего      |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|----|----|----|-----|------------|
| <b>Модуль 1</b>                         |                                               |    |    |    |     |            |
| 1                                       | Современные тренды стратегического управления | 14 | 14 | -  | 20  | 48         |
| 2                                       | Основы стратегического анализа                | 18 | 18 | -  | 24  | 60         |
| Всего                                   |                                               | 32 | 32 | -  | 44  | 108        |
| Контроль                                |                                               |    |    |    |     | 36         |
| <b>Модуль 2</b>                         |                                               |    |    |    |     |            |
| 3                                       | Маркетинговая стратегия                       | 32 | 48 | -  | 64  | 144        |
| Всего                                   |                                               | 32 | 48 | -  | 64  | 144        |
| Контроль                                |                                               |    |    |    |     | 36         |
| <b>Итого (общая трудоемкость, час.)</b> |                                               |    |    |    |     | <b>324</b> |

### 1. 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.

### 2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Порядок изучения дисциплины следующий:

- 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.
- 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).
- 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: - 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.

– 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.

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

1. Мардас, Анатолий Николаевич. Стратегический менеджмент [Текст] : учебник и практикум для академического бакалавриата : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева, И. Г. Кадиев. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2016. - 205 с. : ил. - (Бакалавр. Академический курс). - Библиогр. в конце глав. - Библиогр.: с. 203-205. - ISBN 978-5-9916-8415-6.
2. Гуляева, Ольга Анатольевна. Стандартизация и оценка соответствия с применением сбалансированной системы показателей / учебное пособие / О. А. Гуляева, А. Н. Мардас ФГБОУ ВО ПГУПС. - Санкт-Петербург : ФГБОУ ВО ПГУПС, 2019. - 92 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 90-91. - ISBN 978-5-7641-1296-1
3. Гуляева, Ольга Анатольевна. Управление качеством: современные концепции и инструменты [Текст] : учебное пособие / О. А. Гуляева, М. Ю. Кукин ; , ФГБОУ ВО ПГУПС.- Санкт-Петербург : ФГБОУ ВО ПГУПС, 2018. - 149 с. : ил., табл. - Библиогр.: с. 108.- ISBN 978-5-7641-1191-9
4. Мардас, А. Н. Теория менеджмента : учебник для вузов / А. Н. Мардас, О. А. Гуляева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 307 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07387-4. — URL : <https://www.urait.ru/bcode/453322>
5. Ершов, Е.М. Современные концепции управления рынком. [Электронный ресурс] / Е.М. Ершов, Н.Е. Коклева. — Электрон. дан. — СПб. : ПГУПС, 2017. — 57 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/93819>Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 31.07.2020, с изм. от 24.02.2021) "Об акционерных обществах" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021). - URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_8743/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/) — Режим доступа: свободный.
6. Оформление контрольных, курсовых работ (проектов) и выпускных квалификационных работ для обучающихся на факультете "Экономика и менеджмент" [Текст] : методические указания / ФГБОУ ВО ПГУПС ; сост.: О. А. Гуляева, Н. Е. Коклева, А. Н. Мардас. - Санкт-Петербург : ФГБОУ ВО ПГУПС, 2016. - 32 с. : ил. - Библиогр.: с. 32.



8.6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», используемых в образовательном процессе: – Личный кабинет ЭИОС [Электронный ресурс]. – URL: [my.pgups.ru](http://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: <http://docs.cntd.ru/> — Режим доступа: свободный.

Разработчик программы, доцент

О.А. Гуляева

28 января 2026 г.