

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

Б1.В.ДВ.3.1 «МАРКЕТИНГ»

для специальности

23.05.04 «Эксплуатация железных дорог»

по специализации

«Грузовая и коммерческая работа»

Форма обучения – очная, заочная

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 «Грузовая и
коммерческая работа»

28 января 2026 г.

А.В. Новичихин

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа дисциплины «МАРКЕТИНГ» (Б1.В.ДВ.3.1) (далее – дисциплина) составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – специалитет по специальности 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог» (далее – ФГОС ВО), с учётом профессионального стандарта 17.057 «Специалист по транспортному обслуживанию грузовых перевозок на железнодорожном транспорте», утверждённого приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16 апреля 2018 г. № 237н (зарегистрирован в Минюсте России 08.05.2018, регистрационный № 51029).

Целью изучения дисциплины является овладение обучающимися способности принимать обоснованные управленческие решения в области профессиональной деятельности.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- знать основы организации эксплуатационной работы на железнодорожной станции с точки зрения концепции маркетинга;
- знать этапы и методы проведения маркетинговых исследований в сфере организации грузовой и коммерческой деятельности в сфере грузовых перевозок на железнодорожной станции;
- уметь организовывать маркетинговые исследования для выявления случаев несохранности перевозимого груза в подразделении организации железнодорожного транспорта;
- владеть навыками планирования и проведения маркетинговых исследований комплекса маркетинга в подразделении организации железнодорожного транспорта для совершенствования технологии расследования и рассмотрения коммерческих актов и претензий.

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

Планируемыми результатами обучения по дисциплине 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-4. Проведение маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей, расположенных в зоне закреплённого региона	
ПК-4.1.3 Знает маркетинг и статистику в объеме, необходимом для проведения маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей, расположенных в зоне закреплённого региона	Обучающийся знает: – функции и задачи маркетинга в сфере транспортного обслуживания грузоотправителей и грузополучателей; – элементы комплекса маркетинга и его специфику в транспортной отрасли; – правила сбора и анализа статистических данных элементов комплекса маркетинга; – цели и методы проведения маркетинговых исследований в сфере транспортного обслуживания грузоотправителей и грузополучателей; – методы анализа результатов исследований элементов комплекса маркетинга в транспортной отрасли.

Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4.2.3 Умеет осуществлять процедуры сортировки, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований при проведении маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей, расположенных в зоне закрепленного региона	Обучающийся умеет: – планировать маркетинговые исследования в сфере транспортного обслуживания для выявления потребностей клиентов и рыночной конъюнктуры; – собирать и классифицировать достоверную и своевременную информацию при проведении маркетинговых исследований в транспортной отрасли; – анализировать информацию, собранную в рамках маркетинговых исследований; – составлять отчеты по результатам проведенных маркетинговых исследований в транспортной отрасли.
ПК-4.2.5 Умеет использовать информацию как из отечественных, так и зарубежных источников для проведения маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей	Обучающийся умеет: – отбирать источники вторичной информации для проведения маркетинговых исследований элементов комплекса маркетинга в транспортной отрасли; – собирать первичную информацию в рамках маркетинговых исследований элементов комплекса маркетинга по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей.
ПК-4.3.7 Владеет методами подготовки отчетности о проводимых маркетинговых исследованиях	Обучающийся владеет: – навыками планирования маркетинговых исследований маркетингового комплекса транспортной отрасли; – навыками сбора первичной и вторичной информации в транспортной отрасли; – методами проведения маркетинговых исследований комплекса маркетинга в сфере транспортного обслуживания; – методами подготовки отчетов по результатам проведения маркетинговых исследований комплекса маркетинга в транспортной отрасли. Обучающийся имеет навыки: – планирования маркетинговых исследований маркетингового комплекса транспортной отрасли; – сбора первичной и вторичной информации в транспортной отрасли; – проведения маркетинговых исследований комплекса маркетинга в сфере транспортного обслуживания; – подготовки отчетов по результатам проведения маркетинговых исследований комплекса маркетинга в транспортной отрасли.

3. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг» (Б1.В.ДВ.3.1) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Для очной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	48
В том числе:	
– лекции (Л)	32
– практические занятия (ПЗ)	16
– лабораторные работы (ЛР)	-
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	20
Контроль	4
Форма контроля (промежуточной аттестации)	3
Общая трудоемкость: час / з.е.	72 / 2

Примечание: форма контроля – зачет (3)

Для заочной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего часов
Контактная работа (по видам учебных занятий)	12
В том числе:	
– лекции (Л)	8
– практические занятия (ПЗ)	4
– лабораторные работы (ЛР)	-
Самостоятельная работа (СРС) (всего)	56
Контроль	4
Форма контроля (промежуточной аттестации)	3, КЛР
Общая трудоемкость: час / з.е.	72 / 2

Примечание: форма контроля – контрольная работа (КЛР), зачет (3)

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и содержание рассматриваемых вопросов

Для очной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенции
1	Роль, функции, основные понятия маркетинга	Лекция 1. Понятие и определения маркетинга. Маркетинговая и сбытовая концепции. Предпосылки становления маркетинговой концепции.	ПК-4.1.3
		Лекция 2. Субъекты маркетинга. Функции маркетинга в современной экономике. Функциональная организация маркетинговой службы.	ПК-4.1.3
		Лекция 3. Система взаимосвязей в маркетинговой среде. Внутренние (контролируемые) факторы маркетинговой среды. Внешние	ПК-4.1.3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенции
		(неконтролируемые) факторы маркетинговой среды. Экономическая основа маркетинга.	
		Практическое занятие 1. Анализ показателей производственно-хозяйственной деятельности предприятия ЖД с точки зрения маркетинга.	ПК-4.2.3
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации.	ПК-4.3.7
2	Маркетинговые информационные системы	Лекция 4. Структура маркетинговых информационных систем МИС. Направления маркетинговых исследований.	ПК-4.1.3
		Лекция 5. Этапы проведения рыночных исследований. Типы информации и источники ее получения. Вторичные и первичные данные.	ПК-4.1.3
		Лекция 6 (4 часа). Методы проведения исследований на основе первичной информации. Методы качественных и количественных исследований.	ПК-4.1.3, ПК-4.2.3
		Практическое занятие 2. Изучение методов сбора и обработки информации для управления коммерческой деятельностью на железнодорожной станции.	ПК-4.2.5
		Лекция 7. Сегментация потребителей и построение с ними обратной связи.	ПК-4.1.3
		Практическое занятие 3. Анализ потребителей пассажирского комплекса на железнодорожном транспорте и их потребностей. Сегментация рынка и построение обратной связи.	ПК-4.2.5
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации.	ПК-4.3.7
3	Планирование товара	Лекция 8. Понимание товара в маркетинге. Классификации товаров. Ассортиментная политика фирм.	ПК-4.1.3
		Лекция 9. Товарные марки. Брендинг. Позиционирование товара на рынке. Конкурентоспособность товара. Факторы, ее определяющие. Организация управления продуктом в фирме.	ПК-4.1.3
		Лекция 10. Жизненный цикл товара. Важность новой продукции. Виды новизны. Процесс планирования новых товаров.	ПК-4.1.3
		Лекция 11. Особенности услуг как специфической формы товара на железнодорожном транспорте.	ПК-4.1.3
		Практическое занятие 4. Изучение специфики транспортных услуг и их взаимозависимости. Анализ различных видов жизненного цикла товара и особенности их этапов.	ПК-4.2.3
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта	ПК-4.3.7

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенции
		лекций. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации.	
4	Планирование товародвижения и сбыта	Лекция 12. Каналы товародвижения. Их виды и функции. Решения о структуре канала товародвижения. Решения об управлении каналом товародвижения. Решения по проблемам товародвижения.	ПК-4.1.3
		Лекция 13. Взаимосвязи транспортной сферы (экономические, технологические и др.). Особенности маркетинга железнодорожных перевозок. Принципы маркетинга в области продаж и/или закупок.	ПК-4.1.3
		Практическое занятие 5. Изучение особенностей построения каналов товародвижения с использованием железнодорожного транспорта. Особенности транспортировки и хранения грузов в сфере железнодорожного транспорта. Особенности каналов в сфере пассажирских перевозок.	ПК-4.2.3, ПК-4.2.5
		Практическое занятие 6. Анализ экономических, технологических и других связей между транспортом и его потребителями. Изучение специфики маркетинга железнодорожных перевозок.	ПК-4.2.3
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации.	ПК-4.3.7
5	Планирование продвижения	Лекция 14. Виды продвижения. Основные проблемы при создании рекламы. Цели рекламы. Разработка плана рекламной компании. Методы оценки эффективности рекламной компании.	ПК-4.1.3
		Практическое занятие 7. Анализ инструментов продвижения транспортных услуг на рынке.	ПК-4.2.3
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации.	ПК-4.3.7
6	Планирование цен	Лекция 15. Модели рынка. Факторы, влияющие на ценообразование. Разработка ценовой стратегии.	ПК-4.1.3
		Практическое занятие 8. Анализ экономической оценки финансово-хозяйственной деятельности транспортных организаций на рынке транспортных услуг. Оценивание конкурентоспособности железных дорог. Изучение спроса.	ПК-4.2.5
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации.	ПК-4.3.7

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенции
1	Роль, функции, основные понятия маркетинга	Лекция 1. Понятие и определения маркетинга. Маркетинговая и сбытовая концепции. Предпосылки становления маркетинговой концепции. Система взаимосвязей в маркетинговой среде. Маркетинг грузовых перевозок.	ПК-4.1.3
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций: субъекты маркетинга, функции маркетинга в современной экономике, функциональная организация маркетинговой службы, внутренние и внешние факторы маркетинговой среды, экономическая основа маркетинга. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации. Подготовка контрольной работы.	ПК-4.3.7
2	Маркетинговые информационные системы	Лекция 2. Структура маркетинговых информационных систем МИС. Направления маркетинговых исследований. Этапы проведения рыночных исследований. Методы проведения исследований на основе первичной информации.	ПК-4.1.3, ПК-4.3.7
		Практическое занятие 1. Изучение методов сбора и обработки информации для управления коммерческой деятельностью на железнодорожной станции.	ПК-4.2.5
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций: качественные и количественные исследования, сегментация потребителей. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации. Подготовка контрольной работы.	ПК-4.3.7
3	Планирование товара	Лекция 3. Понимание товара в маркетинге. Классификации товаров. Ассортиментная политика фирм.	ПК-4.1.3
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций: товарные марки, позиционирование товара на рынке, конкурентоспособность товара, организация управления продуктом в фирме, жизненный цикл товара, важность новой продукции, процесс планирования новых товаров. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации. Подготовка контрольной работы.	ПК-4.3.7
4	Планирование	Лекция 4. Каналы товародвижения. Их виды и	ПК-4.1.3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Индикаторы достижения компетенции
	товародвижения и сбыта	функции. Решения о структуре канала товародвижения.	
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций: решения об управлении каналом товародвижения, решения по проблемам товародвижения, экономические, технологические и другие связи между транспортом и потребителями. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации. Подготовка контрольной работы.	ПК-4.3.7
5	Планирование продвижения	Лекция 4. Виды продвижения в маркетинге транспортных компаний.	ПК-4.1.3
		Практическое занятие 2. Анализ инструментов продвижения транспортных услуг на рынке.	ПК-4.2.3
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций: основные проблемы при создании рекламы, цели рекламы, разработка плана рекламной компании, методы оценки эффективности рекламной компании. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации. Подготовка контрольной работы.	ПК-4.3.7
6	Планирование цен	Лекция 4. Разработка ценовой стратегии.	ПК-4.1.3
		Самостоятельная работа. Изучение конспекта лекций: факторы, влияющие на ценообразование. Подготовка к практическим занятиям. Подготовка к тестовым заданиям. Подготовка к текущей аттестации. Подготовка контрольной работы.	ПК-4.3.7

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

Для очной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	Роль, функции, основные понятия маркетинга	6	2	–	4	12
2	Маркетинговые информационные системы и маркетинговые исследования	10	4	–	6	20
3	Планирование товара	8	2	–	4	14
4	Планирование товародвижения и сбыта	4	4	–	2	10
5	Планирование продвижения	2	2	–	2	6
6	Планирование цен	2	2	–	2	6
	Итого	32	16	–	20	68
Контроль						4
Всего (общая трудоемкость, час.)						72

Для заочной формы обучения:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	Всего
1	Роль, функции, основные понятия маркетинга	2	0	–	14	16
2	Маркетинговые информационные системы и маркетинговые исследования	2	2	–	14	18
3	Планирование товара	1	0	–	10	11
4	Планирование товародвижения и сбыта	1	0	–	10	11
5	Планирование продвижения	1	2	–	4	7
6	Планирование цен	1	0	–	4	5
	Итого	8	4	–	56	68
Контроль						4
Всего (общая трудоемкость, час.)						72

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 типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, предусмотренные текущим контролем успеваемости (см. оценочные средства 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/>.

- 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.

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

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

- 1) 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. ISBN 978-5-9916-3225-6..

- 2) Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2022. 474 с. ISBN 978-5-9916-3749-7.

- 3) Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 363 с. ISBN 978-5-534-04357-0.

- 4) Григорьев М.Н. Маркетинг: учебник для вузов. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 559 с. ISBN 978-5-534-05818-5.

- 5) Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С.В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С.В. Карповой, С.В. Мхитаряна. М.: Издательство Юрайт, 2022. 396 с. ISBN 978-5-534-14869-5.

- 6) Овсянников А.А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум

для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 374 с. ISBN 978-5-534-05049-3.

7) Овсянников А.А. Современный маркетинг. В 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 219 с. ISBN 978-5-534-05052-3.

8) Реброва Н.П. Маркетинг: учебник и практикум для вузов. М.: Издательство Юрайт, 2022. 277 с. ISBN 978-5-534-03466-0.

9) Ямпольская Д.О. Ценообразование: учебник для вузов. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 193 с. ISBN 978-5-534-11197-2.

10) Калюжнова Н.Я., Кошурникова Ю.Е. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / под общ. ред. Н.Я. Калюжновой. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2022. 170 с. ISBN 978-5-534-08407-8.

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

– Личный кабинет ЭИОС / ПГУПС : [сайт]. СПб: ПГУПС, 2026. URL: <https://my.pgups.ru>. Режим доступа: для авториз. пользователей;

– Электронная информационно-образовательная среда // ПГУПС : [сайт]. СПб: ПГУПС, 2026. URL: <https://sdo.pgups.ru>. Режим доступа: для авториз. пользователей.

Разработчик рабочей программы:
доцент

О.Ф. Серова

28 января 2026 г.