

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

Кафедра транспорта (Т_ФТ)

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

Кафедра транспорта (Т_ФТ)

наименование кафедры

Е.С. Воеводин

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ НА ТРАНСПОРТЕ**

Дисциплина Б1.Б.07 Маркетинг на транспорте

Направление подготовки / 23.03.01 Технология транспортных
специальность процессов профиль подготовки 23.03.01.09

Направленность Организация и безопасность движения
(профиль)

Форма обучения очная

Год набора 2018

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

230000 «ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ НАЗЕМНОГО ТРАНСПОРТА»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

направление 23.03.01 Технология транспортных процессов профиль
подготовки 23.03.01.09 Организация и безопасность движения

Программу Кашура А.С.
составили

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Получение представления о маркетинге как о философии бизнеса и как о действенном процессе одновременно и его применении в профессиональной деятельности по обслуживанию потребителей при производстве товаров и услуг; теоретическая и практическая подготовка по маркетингу студентов данной специальности, в будущем способствующая адаптироваться к современным условиям работы на различных предприятиях.

Формирование у студентов системы научных и практических умений и навыков в области комплексного изучения услуг, связанных с транспортными процессами. Материал дисциплины позволяет дать студентам знания и умения в сфере планирования и предоставления перевозочных услуг.

В процессе изучения данной дисциплины студент знакомится с историей ее возникновения, именами российских и зарубежных ученых, способствовавших развитию маркетинга, заложивших и развивающих ее научные основы, передовым отечественным и зарубежным опытом.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи изучения дисциплины заключаются в: получении студентами представления о маркетинге как о мировоззрении и культуре, философии и технологии ведения бизнеса, позволяющем выявлять и реализовывать рыночные возможности; изучение основ управления продуктом, ценообразованием, спросом и предложением; изучение принципов организации маркетинга компании и маркетингового планирования; изучение методов проведения маркетинговых исследований.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию	
Уровень 1	роль и значение маркетинга в профессиональной деятельности предприятий
Уровень 2	эволюцию развития маркетинга и принципы организации маркетинговой деятельности предприятий
Уровень 1	собирать и анализировать маркетинговую информацию
Уровень 2	сегментировать рынок по различным критериям на основе маркетинговой информации

Уровень 1	навыками и методами сбора и анализа маркетинговой информации
ОПК-3: способностью применять систему фундаментальных знаний (математических, естественнонаучных, инженерных и экономических) для идентификации, формулирования и решения технических и технологических проблем в области технологии, организации, планирования и управления технической и коммерческой эксплуатацией транспортных систем	
Уровень 1	особенности проведения маркетинговых исследований
Уровень 1	проводить оценку конкурентоспособности компаний в различных отраслях
Уровень 2	применять полученные теоретические знания для формирования эффективной системы управления
Уровень 1	методами анализа конкурентной среды; оценки интенсивности конкуренции на рынке; анализа конкурентоспособности товара
ПК-22: способностью к решению задач определения потребности в: развитии транспортной сети; подвижном составе с учетом организации и технологии перевозок, требований обеспечения безопасности перевозочного процесса	
Уровень 1	основные методы и методики сбора и анализа маркетинговой информации
Уровень 2	правила и критерии сегментации потребительского рынка
Уровень 1	определять и корректировать цену на произведенный продукт
Уровень 2	применять различные подходы к достижению качества обслуживания потребителей
Уровень 1	основными принципами разработки стратегий и программ маркетинга

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Базовая дисциплина.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Организационно-производственные структуры транспорта
 Предпринимательское право
 Организационно-производственные структуры транспорта
 Предпринимательское право

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как последующее:

Транспортное право
 Транспортное право

1.5 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	Семестр
		5
Общая трудоемкость дисциплины	5 (180)	5 (180)
Контактная работа с преподавателем:	2 (72)	2 (72)
занятия лекционного типа	1 (36)	1 (36)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	1 (36)	1 (36)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	2 (72)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Да	Да
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	1 (36)

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Маркетинг	36	36	0	72	ОК-7 ОПК-3 ПК-22
Всего		36	36	0	72	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Место и роль маркетинга в оказании перевозочных услуг	6	0	0
2	1	Классификация услуг и специализация перевозочных предприятий	6	0	0
3	1	Методы проведения маркетингового анализа	6	0	0
4	1	Сегментация рынка перевозочных услуг	6	0	0
5	1	Показатели спроса и предложения	6	0	0
6	1	Бизнес-планирование	6	0	0
Всего			36	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

			Объем в акад. часах

			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Определение основных показателей, характеризующих потребность региона в услугах ремонта автомобилей	10	0	0
2	1	Прогнозирование динамики изменения спроса на услуги ремонта автомобилей	10	0	0
3	1	Определение показателя конкурентоспособности (двумя методами)	8	0	0
4	1	Составление бизнес-плана предприятия	8	0	0
Всего			36	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Гавриш В. В.	Экономика дорожного строительства: Ч. 1: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 270205 "Автомобильные дороги и аэродромы" напр. "Транспортное строительство"	Красноярск: СФУ, 2013
Л1.2	Гавриш В. В.	Экономика дорожного строительства: Ч. 2: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 270205 "Автомобильные дороги и аэродромы" напр. "Транспортное строительство"	Красноярск: СФУ, 2013
Л1.3	Шиловский В. Н.	Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования	Москва: Лань", 2015

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Дремина М. А., Копнов В. А., Станкин А. А.	Проектный подход к разработке и внедрению систем менеджмента качества: монография	СПб.: Издательство "Лань", 2015
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Дихтль Е., Хершген Х.	Практический маркетинг: Ученое пособие	Москва: Высшая школа, 1996
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Гавриш В. В.	Экономика дорожного строительства: Ч. 1: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 270205 "Автомобильные дороги и аэродромы" напр. "Транспортное строительство"	Красноярск: СФУ, 2013
Л3.2	Гавриш В. В.	Экономика дорожного строительства: Ч. 2: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. 270205 "Автомобильные дороги и аэродромы" напр. "Транспортное строительство"	Красноярск: СФУ, 2013
Л3.3	Шиловский В. Н.	Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования	Москва: Лань", 2015

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	Научная библиотека СФУ	http://bik.sfu-kras.ru/
----	------------------------	---

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

На самостоятельную работу обучающихся отводится 2зе (72), в том числе:

изучение теоретического курса (ТО) 0,5зе(18)

реферат, эссе (Р) 0,5зе (18).

КР 1зе (36)

Реферат должен содержать:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основную часть;
- заключение;
- список использованной литературы.

Срок сдачи реферата по теоретическому изучению материала не позднее чем за неделю до начала промежуточной аттестации

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	Для освоения данной дисциплины необходимо программное обеспечение MSOffice (MSWord, MSeXcel), AdobeAcrobat.
-------	---

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Электронное средство обучения Moodle, URL адрес http://study.sfu-kras.ru/login/index.php .
9.2.2	Научная библиотека СФУ http://bik.sfu-kras.ru/
9.2.3	Поисковые системы: Google или Яндекс.

10 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Помещения должны представлять собой учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации аудитории – каждое рабочее место должно быть оборудовано ПК, обязательно наличие проекционного оборудования.

