Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Волжский государственный университет водного транспорта"

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Маркетинг

Профиль	Технология и организация транспортных и транспортно-логистических процессов и систем
Институт	Пермкий филиал
Кафедра	Отделение высшего образования
Специальность	23.03.01 Технология транспортных процессов

1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц	Семестры
		5
Лекции	17 Часы	17
Практические занятия	34 Часы	34
СРС	21 Часы	21
Зачет	0 Часы	

2. Место дисциплины в структуре ООП

Код дисциплины	Наименование блока	Трудоемкость дисциплины, з.е.
Б1.О.15	Блок 1 Дисциплины (модули) (Обязательная часть)	2

3. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции	Практические занятия	СРС	Зачет	Всего
1	Раздел 1 Основы маркетинга как инструмент эффективной коммерческой работы на объектах транспорта					
1,1	Тема 1.1 Сущность маркетинга.	1 Часы	2 Часы	2 Часы		5 Часы
1,11	Тема 1.1.1 Эволюция теории маркетинга.	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
1,12	Тема 1.1.2 Современная концепция применительно к этапам жизненного цикла продуктов, ТТМ и комплексов	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
1,2	Тема 1.2 Маркетинговая среда на предприятиях транспорта	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
1,3	Тема 1.3 Маркетинговые исследования с учётом экологических, экономических и социальных ограничений в работе ТТМ	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
1,4	Тема 1.4 Рынок и его классификация. Подготовка и заключение договоров с потребителями транспортно-логистических услуг	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
2	Раздел 2 Комплекс маркетинга					
2,1	Тема 2.1 Товарная политика. Жизненный цикл товара.	1 Часы	2 Часы	2 Часы		5 Часы
2,2	Тема 2.2 Ценовая политика. Обоснование стоимости на услуги транспорта.	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
2,3	Тема 2.3 Коммуникационная политика. Подготовка коммерческих и транспортных документов.	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
2,4	Тема 2.4 Политика продвижения.Разработка технических регламентов по обеспечению качества перевозок	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы

2,5	Тема 2.5 Формирование спроса и стимулирование сбыта	2 Часы	2 Часы	2 Часы		6 Часы
3	Раздел 3 Планирование маркетинговой деятельности транспортного предприятия					
3,1	Тема 3.1 Стратегический маркетинг и его аспекты	1 Часы	2 Часы			3 Часы
3,2	Тема 3.2 Процесс стратегического планирования на объектах транспорта	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
3,3	Тема 3.3 Анализ маркетинга на объектах транспорта		2 Часы	1 Часы		3 Часы
3,4	Тема 3.4 План маркетинга	1 Часы	2 Часы	1 Часы		4 Часы
4	Раздел 4 Управление маркетингом на предприятиях транспорта					
4,1	Тема 4.1 Организация службы маркетинга на предприятиях транспорта	1 Часы	2 Часы	2 Часы		5 Часы
4,2	Тема 4.2 Контроль маркетинга	1 Часы	2 Часы	2 Часы		5 Часы

4. Компетенции обучающегося, формируемые в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Формируемые компетенции		
1	Раздел 1 Основы маркетинга как инструмент эффективной коммерческой работы на объектах транспорта			
1,1	Тема 1.1 Сущность маркетинга.	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
1,11	Тема 1.1.1 Эволюция теории маркетинга.	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
1,12	Тема 1.1.2 Современная концепция применительно к этапам жизненного цикла продуктов, ТТМ и комплексов	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
1,2	Тема 1.2 Маркетинговая среда на предприятиях транспорта	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
1,3	Тема 1.3 Маркетинговые исследования с учётом экологических, экономических и социальных ограничений в работе ТТМ	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
1,4	Тема 1.4 Рынок и его классификация. Подготовка и заключение договоров с потребителями транспортно-логистических услуг	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
2	Раздел 2 Комплекс маркетинга			
2,1	Тема 2.1 Товарная политика. Жизненный цикл товара.	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
2,2	Тема 2.2 Ценовая политика. Обоснование стоимости на услуги транспорта.	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
2,3	Тема 2.3 Коммуникационная политика. Подготовка коммерческих и транспортных документов.	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
2,4	Тема 2.4 Политика продвижения.Разработка технических регламентов по обеспечению качества перевозок	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
2,5	Тема 2.5 Формирование спроса и стимулирование сбыта	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
3	Раздел 3 Планирование маркетинговой деятельности транспортного предприятия			
3,1	Тема 3.1 Стратегический маркетинг и его аспекты	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		
3,2	Тема 3.2 Процесс стратегического планирования на объектах транспорта	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.У.1;ОПК-2.В.1;)		
3,3	Тема 3.3 Анализ маркетинга на объектах транспорта	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.У.1;ОПК-2.В.1;)		
3,4	Тема 3.4 План маркетинга	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.У.1;ОПК-2.В.1;)		
4	Раздел 4 Управление маркетингом на предприятиях транспорта			
4,1	Тема 4.1 Организация службы маркетинга на предприятиях транспорта	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2.3.1;)		

4,2	Тема 4.2 Контроль маркетинга	ОПК-2.(ИДК: ОПК-2. У.1;ОПК-2.В.1;)		

5. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоени

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие у обучающегося следующих компетенций:

№ п/п	компетенции	Индикатор достижения		
		Знать	Уметь	Владеть
1	Осуществлять профессиональную деятельность с учетом экономических, экологических, социальных и иных ограничений	ОПК-2.3.1 Этапы жизненного цикла продуктов,транспортно-технологических машин и комплексов	ОПК-2.У.1 Осуществлять профессиональную деятельность в условиях экологических,экономических и социальных ограничений	ОПК-2.В.1 Навыками использования транспортно-технологических машин и комплексов с учётом экологических, экономических и социальныхъ факторов
2	способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта: подготовке и заключению договоров с потребителями транспортно-логистических услуг; приему, оформлению и сдаче грузов; подготовке и оформлению коммерческих и транспортных документов; разработке технических регламентов по обеспечению качества перевозок	ПК-1.3,1 Основы коммерческой деятельности на объектах транспорта	ПК-1.У.1 Оформлять коммерческие и транспортные документы	ПК-1.В.1 Способами организации эффективной коммерческой работы на объектах транспорта

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы

6.1 Помещения и оборудование

№ п/п	Вид помещений	Оснащение помещений	№ помещений
1	Учебные аудитории для проведения учебных занятий	оборудование и технические средства обучения ()	233
2	Помещения для самостоятельной работы обучающихся	компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду университета	221

6.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Office Professional Plus 2016 (Договор №44/109-15 от 28.12.2015 (бессрочно))
2	Microsoft Office ProPlus 2013 (Договор №44/59-18 от 09.04.2018 (бессрочно))

6.3 Карта обеспеченности печатными и(или) электронными изданиями и электронными образовательными ресурсами

№ п/п	Наименование источника	Год издания	Ресурс	Количество экземпляров
1	Лапшин, А.В.;Маркетинг;конспект лекций для студ.заочн.обучения спец.080502, 080507;Лапшин, А.В.Нюркин, С.И.Хохлов, А.А.-Н.Новгород,<null>; <null> ;http://94.100.87.24:8080/marcweb/	2 010	Электронный ресурс	0
2	Мордовченков, Н.В.;Маркетинг на транспорте;учебно-метод.пособие для студ.очн.и заочн.обучения подготовки 38.03.02, 23.03.01, 23.04.01;Костров, В.Н.Мордовченков, Н.В.Нюркин, С.И.-Н.Новгород,<null>; <null> ;http://94.100.87.24:8080/marcweb/	2 019	Электронный ресурс	0

3	Нюркин, С.И.;Маркетинг на транспорте;учебно-метод.пособие для студ.очн.и заочн.обучения подготовки 38.03.02, 23.03.01, 23.04.01;Костров, В.Н.Мордовченков, Н.В.Нюркин, С.И.-Н.Новгород,<null>; <null> ;http://94.100.87.24:8080/marcweb/	2 019	Электронный ресурс	0
4	Нюркин, С.И.;Маркетинг;учеб.пособие для студ.очн.и заочн.обучения спец.38.03.02, 38.03.01;Нюркин, С.И.-Н.Новгород,<null>; <null> ;Авторский вариант	2 017	Электронный ресурс	0
5	Нюркин, С.И.;Маркетинговые исследования на транспорте;учеб.пособие для студ.очн.и заочн.обучения спец.38.03.02-62, 23.03.01-62;Костров, В.Н.Кузьмичев, С.В.Мордовченков, Н.В.Нюркин, С.И.-Н.Новгород,<null>; <null> ;http://94.100.87.24:8080/marcweb/	2 017	Электронный ресурс	0
6	Нюркин, С.И.;Разработка плана маркетинга деятельности организации;метод.указания по выполн.курсовой работы очн.формы обучения спец.080200.62;Нюркин, С.И.-Н.Новгород,<null>; <null> ;Авторский вариант	2 013	Электронный ресурс	0
7	Ким, С.А.;Маркетинг;учебник;Ким, С.А.-М.,Дашков и К; URL: https://e.lanbook.com/book/277337 (дата обращения: 21.08.2024) ;<null>	2 022	Электронный ресурс	0
8	Морозов, Ю.В.;Маркетинг в отраслях и сферах деятельности;учебник;Гришина, В.Т.Морозов, Ю.В.-М.,Дашков и К; URL: https://e.lanbook.com/book/93346 ;<null>	2 016	Электронный ресурс	0
9	Дробышева, Л.А.;Экономика, маркетинг, менеджмент;учеб.пособие;Дробышева, Л.А.-М.,Дашков и К; URL: https://e.lanbook.com/book/230069 (дата обращения: 21.08.2024) ;<null>	2 022	Электронный ресурс	0
10	Синяева, И.М.;Практикум по маркетингу;<null>;Земляк, С.В.Синяев, В.В.Синяева, И.М.-М.,Дашков и К; URL: https://e.lanbook.com/book/77281 ;<null>	2 016	Электронный ресурс	0
11	Нюркин, С.И.;Маркетинговые исследования на транспорте;учебно-справочное пособие для бакалавров очной и заочной форм обучения: [по направлениям подготовки 23.03.01, 23.04.01, 27.03.02];Белов, Ю.Д.Никитин, А.А.Нюркин, С.И.Хохлов, А.А.-Н.Новгород,<null>; <null> ;http://94.100.87.24:8080/marcweb/	2 020	Электронный ресурс	0
12	Реброва, Н.П.;Маркетинг;учебник и практикум для вузов;Реброва, Н.П.-Москва,Юрайт; URL: https://urait.ru/viewer/marketing-489477#page/1 (дата обращения: 28.04.2022) ;<null>	2 022	Электронный ресурс	0
13	Григорьев, М.Н.;Маркетинг;учебник для вузов;Григорьев, М.Н.-Москва,Юрайт; URL: https://urait.ru/viewer/marketing-488718#page/1 (дата обращения: 28.04.2022) ;<null>	2 022	Электронный ресурс	0

14	Крайнова, В.В. Методические указания по организации и выполнению внеаудиторной (самостоятельной) работы [Электронный ресурс] : для преподавателей и студ.по направлениям подготовки (спец.) высш.и сред.проф.образования / В. В. Крайнова ; ВГУВТ. - Н.Новгород, 2018. - 1 текст/файл. - Авторский вариант. – Режим доступа: http://94.100.87.24:8080/MarcWeb/Tmp/f15520.pdf	2 018	Электронный ресурс	0

Программа предусматривает возможность применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Электронная информационно-образовательная среда университета с возможностью доступа к информационно- телекоммуникационной сети "Интернет" - Режим доступа: http://www.eios.vsuwt.ru/.

6.4 Современные профессиональные базы данных

№ п/п	Наименование
1	Статистический сборник: Транспорт в России- Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1136983505312
2	Центральная база статистических данных - Режим доступа: http://cbsd.gks.ru/

6.5 Информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1	Справочная правовая система «КонсультантПлюс» - Режим доступа: http://www.consultant.ru (договор от 02.02.2015 г.)
2	Справочная правовая система «Гарант» - Режим доступа: http://www.garant.ru (договор 62/16 от 01.09.2016 г. - бессрочный)