

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНТРАНС РОССИИ)  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)  
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»  
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор-проректор по  
учебной работе

\_\_\_\_\_ Н.Н. Сухих

\_\_\_\_\_ 2017 года



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Транспортный маркетинг**

Направление подготовки:  
**23.03.01 Технология транспортных процессов**

Направленность программы (профиль):  
**Транспортная логистика**

Квалификация (степень) выпускника:  
**бакалавр**

Форма обучения  
**очная**

Санкт-Петербург  
2017

## **1 Цели освоения дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Транспортный маркетинг» являются:

- формирование у студентов теоретических знаний об основах и сущности маркетинга, теории и практики современного маркетингового механизма;
- ознакомление с содержанием и направлениями маркетинговых исследований;
- приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария технологии проведения маркетинговых исследований в области исследования рынка, потребителей, конкурентов, оценки собственного потенциала предприятия.

Задачами освоения дисциплины являются:

- ознакомление студентов с теорией маркетинга;
- овладение методами и приемами решения конкретных задач маркетинга, сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- формирование навыков разработки и реализации маркетинговых стратегий;
- построения внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- овладение методами подготовки отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности и оценки эффективности маркетинговых проектов.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к производственно-технологическому виду профессиональной деятельности.

## **2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Транспортный маркетинг» представляет собой дисциплину, относящуюся к Вариативной части дисциплин ОПОП ВО по направлению подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов» (бакалавриат), профиль «Транспортная логистика».

Дисциплина «Транспортный маркетинг» базируется на компетенциях, сформированных у студента при освоении дисциплин: «Менеджмент», «Введение в профессию», «Транспортное право».

Дисциплина «Транспортный маркетинг» является обеспечивающей для следующих дисциплин: «Сертификация и лицензирование на воздушном транспорте», «Управление качеством авиаперевозок».

Дисциплина изучается в 5 семестре.



### 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины «Транспортный маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1. Способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)	<p><i>Знать:</i> основы маркетинга и приобретать новые знания, используя различные формы обучения и информационно-образовательные технологии</p> <p><i>Уметь:</i> применять полученные новые знания, используя различные формы обучения и информационно-образовательные технологии в области маркетинга</p> <p><i>Владеть:</i> навыками к самоорганизации, самообразованию и приобретать новые знания, в области маркетинга, способность применять их на практике</p>
2. Способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом (ПК-4)	<p><i>Знать:</i> основы маркетинга для организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению эффективных и рациональных приемов работы с клиентом.</p> <p><i>Уметь:</i> применять основы маркетинга при разработке и внедрению эффективных рациональных приемов работы с клиентом и уметь оценивать эффективность коммерческой работы на объекте транспорта</p> <p><i>Владеть:</i> навыками применения основ маркетинга при разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом и оценивать эффективность коммерческой работы на объекте транспорта</p>
3. Способностью применять правовые, нормативно-технические и	<p><i>Знать:</i> нормативно-технические и организационные основы организации перевозочного процесса,</p>

<p>организационные основы организации перевозочного процесса и обеспечения безопасности движения транспортных средств в различных условиях (ПК-12)</p>	<p>основные законы РФ в области информатизации, информационной политики, воздушный кодекс гражданской авиации, федеральные авиационные правила, государственные стандарты качества, руководства ИАТА и ИКАО</p> <p><i>Уметь:</i> работать с информацией, полученной из различных источников в области информатизации, информационной политики</p> <p><i>Владеть:</i> навыками работы с информацией, полученной из различных источников и информационно-образовательных технологий, способность к организации перевозочного процесса и обеспечению безопасности</p>
--	--

#### 4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестр
		5
Общая трудоемкость дисциплины	72	72
Контактная работа:	28	28
лекции	14	14
практические занятия	14	14
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа студента	26	26
Промежуточная аттестация	18	18

## 5 Содержание дисциплины

### 5.1 Соотнесения тем дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции			Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОК - 7	ПК - 4	ПК - 12		
Тема 1. Роль маркетинга в рыночной экономике. Основные понятия маркетинга	8	+	+	+	ВК, Л, ПЗ, СРС	Д, У,
Тема 2. Государственное регулирование и социально-этические аспекты маркетинга	8	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, У
Тема 3. Специфика маркетинга на транспорте. Конкурентоспособность и качество транспортных услуг	8	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, У
Тема 4. Ценовая политика предприятий. Управление маркетингом на предприятии. Стратегическое планирование маркетинга	8	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, У
Тема 5. Исследование рынка и прогнозирование спроса.	8	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, У,
Тема 6. Организация продажи перевозок и услуг на транспорте	7	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, У
Тема 7. Особенности международного маркетинга. Бюджет и оценка эффективности маркетинговой деятельности	7	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	Д, У
Всего по дисциплине	54					
Промежуточная аттестация	18					
Итого по дисциплине	72					

Сокращения: ВК – входной контроль, Д – доклад, Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос.



## 5.2 Темы дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Роль маркетинга в рыночной экономике. Основные понятия маркетинга	2	2			4		8
Тема 2. Государственное регулирование и социально-этические аспекты маркетинга	2	2			4		8
Тема 3. Специфика маркетинга на транспорте. Конкурентоспособность и качество транспортных услуг	2	2			4		8
Тема 4. Ценовая политика предприятий. Управление маркетингом на предприятии. Стратегическое планирование маркетинга	2	2			4		8
Тема 5. Исследование рынка и прогнозирование спроса	2	2			4		8
Тема 6. Организация продажи перевозок и услуг на транспорте	2	2			3		7
Тема 7. Особенности международного маркетинга. Бюджет и оценка эффективности маркетинговой деятельности	2	2			3		7
Всего за семестр	14	14			26		54
Промежуточная аттестация							18
Итого по дисциплине							72

Сокращения: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, С – семинар, СРС – самостоятельная работа студента, ЛР- лабораторная работа, КР – курсовая работа.

## 5.3 Содержание дисциплины

### Тема 1 Роль маркетинга в рыночной экономике. Основные понятия маркетинга

Анализ современного состояния развития транспорта. Маркетинг, как основа эффективного управления в рыночных условиях. Эволюция

маркетинга: от производственной к товарной концепции. Рынок как объект маркетинга. Основы экономической теории. Механизм рыночного регулирования спроса и предложения. Типы рынков и конкуренция. Эластичность спроса по цене и доходам. Перекрестная эластичность. Комплекс маркетинга. Правило «4P»: товар, цена, место, продвижение. Окружающая среда маркетинга. Конъюнктура рынка. Общая классификация потребностей, индивидуальные и производственные. Потребительское поведение. Исследования в маркетинге. Сегментация рынка и рыночные «ниши».

## **Тема 2 Государственное регулирование и социально-этические аспекты маркетинга**

Роль государства в условиях рынка. Маркетинг и общество. Защита прав потребителей. Правовые основы предпринимательской деятельности. Государственные органы на транспорте. Лицензирование. Честная конкуренция. Методы оценки монополизации рынка. Этика бизнеса. Охрана окружающей среды. Социальная ответственность. Общественные организации потребителей.

## **Тема 3 Специфика маркетинга на транспорте. Конкурентоспособность и качество транспортных услуг**

Характеристика рынка транспортных услуг, внешние и внутренние факторы. Показатели измерения продукции транспорта и ее потребительские свойства. Специфика транспортных услуг как товара и ее учет в маркетинге. Сравнительный анализ перевозок различных видов транспорта. Характеристика потребителей транспорта и методы их исследований.

Показатели конкурентоспособности транспортных услуг. Жизненный цикл услуг, как товара и инновации. Потребительная стоимость и стандарты качества. Товарная политика предприятия. Позиционирование услуг, как товара. Конкуренция и ее оценка в маркетинге. Качество перевозок и сервис на транспорте. Коммерческое партнерство на рынке транспортных услуг.

## **Тема 4 Ценовая политика предприятия. Управление маркетингом на предприятии. Стратегическое планирование маркетинга**

Цены в комплексе маркетинга. Методы ценообразования. Учет себестоимости, спроса, конкуренции. Политика низких и высоких цен. Цена и качество. Ценовая конкуренция. Специфика тарифов и цен на транспорте. Управление доходами и конъюнктура. Организация работы по тарифам в предприятиях.

Функции маркетинга в управлении предприятий. Виды организационных структур служб маркетинга (функциональная, товарная, рыночная). Кадровая политика и мотивации персонала



Квалификационные требования. Взаимодействие служб маркетинга с другими подразделениями предприятия. Маркетинг в системе качества.

Миссия предприятия и стратегические цели. Конкурентные преимущества и стратегии. Программа маркетинга в бизнес-плане предприятия. Ситуационный анализ положения предприятия на рынке. Сильные и слабые стороны, возможности и ограничения. Стратегия маркетинга предприятия при различных рыночных условиях. Диверсификация и непрофильная деятельность.

### **Тема 5 Исследование рынка и прогнозирование спроса**

Роль рыночных исследований в маркетинге предприятий. Анкетирование потребителей и анализ информации. Оценка рынка транспортных услуг. Пассажирские и грузовые перевозки. Методы прогнозирования спроса. Экономико-математическое моделирование. Экстраполяция. Метод экспертных оценок (Дельфи). Организация рыночного анализа в предприятиях.

### **Тема 6 Организация продажи перевозок и услуг на транспорте**

Управление каналами распределения. Специфика продажи транспортной продукции, как услуг. Сбытовые функции маркетинга. Организация и контроль сбыта в предприятиях. Собственная сеть продажи. Продажа через посредников. Требования к агентам по продаже, стимулирование. Профессиональная этика и культура обслуживания. Реклама и связь с общественностью.

### **Тема 7 Особенности международного маркетинга. Бюджет и оценка эффективности маркетинговой деятельности**

Система международного маркетинга. Маркетинговые исследования и выбор зарубежного партнера. Концепции, программы и план международного маркетинга. Товарная и ценовая политика в стратегии внешнеторгового маркетинга. Информационное обеспечение международного маркетинга. Специфика внешней среды предприятий. Конкурентоспособность на мировых отраслевых рынках. Бизнес-план в системе международного маркетинга. Коммерческие риски в международной торговле. Международный маркетинг при совместном предпринимательстве. Управление внешнеэкономическим маркетингом. Анализ деятельности на международных рынках.

Инвестиционная политика в маркетинге предприятий. График безубыточности. Анализ продаж и прибыли. Расходы на маркетинг и оценка их эффективности. Внутренняя и внешняя ревизия маркетинговой деятельности.



#### 5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудо-емкость (часы)
1	Практическое занятие 1. Определение эластичности спроса по цене и по доходу. Определение перекрестной эластичности спроса.	2
2	Практическое занятие 2. Характеристика рынка транспортных услуг, внешние и внутренние факторы.	2
3	Практическое занятие 3. Рассчитать эффективность функционирования предполагаемой службы маркетинга для структуры предприятия и определить следующие показатели затратно-емкости, прибыльности и рентабельности предприятия и представить их графически.	2
4	Практическое занятие 4. Ситуационный анализ положения предприятия на рынке. Определение сильных и слабых сторон при помощи SWOT - анализа, возможности и ограничения.	2
5	Практическое занятие 5. Методы прогнозирования спроса, определение объема пассажирских и грузовых перевозок	2
6	Практическое занятие 6. Определение экономической эффективности рекламы. Расчёт рентабельности (рекламирования). Расчёт экономического эффекта рекламирования.	2
7	Практическое занятие 7. Составление бюджета маркетинга. Определение расходов на маркетинг и оценка их эффективности	2
Итого по дисциплине		14

#### 5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

## 5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
1	1. Изучение теоретического материала «Роль маркетинга в рыночной экономике. Основные понятия маркетинга» (конспект лекций и рекомендуемая литература) [1,2, 3]. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами и сообщениями.	4
2	1. Изучение теоретического материала «Государственное регулирование и социально-этические аспекты маркетинга» [1, 3, 5, 7]. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами и сообщениями.	4
3	1. Изучение теоретического материала «Специфика маркетинга на транспорте. Конкурентоспособность и качество транспортных услуг» [1, 3,5]. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами и сообщениями.	4
4	1. Изучение теоретического материала «Ценовая политика предприятий. Управление маркетингом на предприятии. Стратегическое планирование маркетинга» (конспект лекций и рекомендуемая литература) [1,2,4]. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами и сообщениями.	4
5	1. Изучение теоретического материала «Исследование рынка и прогнозирование спроса» (конспект лекций и рекомендуемая литература [3,5,7]. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами и сообщениями.	4
6	1. Изучение теоретического материала «Организация продажи перевозок и услуг на	3



Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо-емкость (часы)
	транспорте» [4, 6,7]. 2. Подготовка к устному опросу. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами и сообщениями	
7	1. Изучение теоретического материала «Особенности международного маркетинга. Бюджет и оценка эффективности маркетинговой деятельности» (конспект лекций и рекомендуемая литература [1, 6, 7]). 2. Подготовка к устному опросу. 3. Подготовка к выступлениям на практическом занятии с докладами и сообщениями.	3
Итого по дисциплине		26

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### а) основная литература:

1 Реброва, Н. П. **Основы маркетинга** : учебник и практикум для СПО / Н. П. Реброва. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 277 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/583CF093-598D-4974-B44A-FAE59E432650](http://www.biblio-online.ru/book/583CF093-598D-4974-B44A-FAE59E432650)

2 Синяева, И. М. **Маркетинг** : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 495 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02621-4. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/4EA93B24-7C8E-4775-B4FC-3D2BA2442977](http://www.biblio-online.ru/book/4EA93B24-7C8E-4775-B4FC-3D2BA2442977)

3 **Маркетинг. Практикум** : учеб. пособие для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 325 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03885-9. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/5F4D009D-499F-4356-93FF-92EA689F5286](http://www.biblio-online.ru/book/5F4D009D-499F-4356-93FF-92EA689F5286)

### б) дополнительная литература:

4 Бачурин, А. А. **Маркетинг на автомобильном транспорте** : учеб. пособие для вузов / А. А. Бачурин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 209 с. — (Серия : Университеты России). — ISBN 978-5-534-05079-0. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/486380C5-0373-4AE2-AE1B-8065649AACA2](http://www.biblio-online.ru/book/486380C5-0373-4AE2-AE1B-8065649AACA2)

5 **Инновационный маркетинг** : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под ред. С. В. Карповой. — М. :



Издательство Юрайт, 2017. — 457 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00354-3. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/FFFA7927-2850-4A29-94D1-7AFEB54D0084](http://www.biblio-online.ru/book/FFFA7927-2850-4A29-94D1-7AFEB54D0084)

6 **Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации** : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 363 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/B897A5B6-299A-45C7-B5C5-62A516CA4B0C](http://www.biblio-online.ru/book/B897A5B6-299A-45C7-B5C5-62A516CA4B0C)

7 **Маркетинг в отраслях и сферах деятельности** : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 404 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9070-6. — Режим доступа : [www.biblio-online.ru/book/000249F5-15E7-40FA-A835-CB6D34EF355E](http://www.biblio-online.ru/book/000249F5-15E7-40FA-A835-CB6D34EF355E)

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

8 **Энциклопедия экономиста**. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/> свободный (дата обращения: 05.06.2017).

9 **Журнал о маркетинге**. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.4p.ru/main/index.php> свободный (дата обращения: 05.06.2017).

10 **Маркетинг PRO. Ведущий Российский журнал о маркетинге**. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.marketingpro.ru/> свободный (дата обращения: 05.06.2017).

11 **Сайт исследовательской компании Infowave**. Обзор более 50 Маркетинговых журналов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.infowave.ru/lib/periodicals/> свободный (дата обращения: 05.06.2017).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

12 **Консультант Плюс**. Официальный сайт компании [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> свободный (дата обращения: 05.06.2017).

13 **Федеральная служба государственной статистики**. Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> свободный (дата обращения: 05.06.2017).

14 **Федеральная служба государственной статистики (Росстат)** Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://government.ru/department/250/events/> свободный (дата обращения: 05.06.2017).

15 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://elibrary.ru/> свободный (дата обращения: 05.06.2017).



16 Электронно-библиотечная система издательства «Лань»  
[Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://e.lanbook.com/> свободный  
(дата обращения: 05.06.2017).

## 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения учебного процесса материально-техническими ресурсами используется 2 компьютерных класса кафедры № 28 «Коммерческая деятельность» (ауд. 526 и ауд. 535), оборудованных для проведения практических работ средствами оргтехники, персональными компьютерами, объединенными в сеть с выходом в Интернет.

Компьютерный класс, оргтехника (всё – в стандартной комплектации для самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной работы).

Мультимедийные средства используются при проведении лекционных и практических занятий.

## 8 Образовательные технологии

При реализации программы дисциплины «Транспортный маркетинг» используются как традиционные, так и инновационные и информационные образовательные технологии. В процессе преподавания дисциплины используются классические формы и методы обучения: входной контроль, лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов:

1. Входной контроль. Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения обучающимся компетенций, формирование которых было начато в рамках дисциплин, на которых базируется дисциплина «Транспортный маркетинг».

2. Лекции. Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала с наглядной демонстрацией сопутствующей информации с использованием мультимедийного проектора, что существенно расширяет дидактические возможности: рационализируется форма преподнесения учебной информации, повышается степень наглядности, конкретизируются понятия, явления, события, является средством повторения, обобщения, систематизации и контроля знаний.

3. Практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, рассмотренные на лекциях и сформулированные в домашних заданиях. Цель практических занятий – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки ведения диалога по актуальным проблемам



социокультурного развития человечества. Практические занятия предназначены для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

4. Самостоятельная работа студентов. Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками по профилю изучаемой дисциплины, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней. Самостоятельная работа способствует усвоению знаний, формированию профессиональных умений и навыков, обеспечивает формирование профессиональной компетенции будущего специалиста, способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровней, воспитывает потребность в самообразовании, максимально развивает познавательные и творческие способности личности, побуждает к научно-исследовательской работе. Во время самостоятельной работы студент, используя перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», осваивает теоретический материал, осуществляет подготовку к практическим занятиям, готовится к текущему контролю и промежуточной аттестации.

#### **9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

Уровень и качество знаний обучающихся оцениваются по результатам текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины в виде зачета.

Текущий контроль успеваемости включает устные опросы, подготовка докладов.

Устный опрос проводится на практических занятиях в течение 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся. Также устный опрос проводится для входного контроля по вопросам, перечисленным в п. 9.4.

Доклад – это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической или учебно-исследовательской темы. Доклады студентов занимают не больше 10 минут и могут проводиться в форме презентаций в среде MSOfficePowerPoint.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде зачета в 5 семестре. К моменту сдачи зачета должны быть успешно



пройденны предыдущие формы контроля. Зачет позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины.

Для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Транспортный маркетинг» предусмотрено:

– балльно-рейтинговая система оценки текущего контроля успеваемости и знаний и промежуточной аттестации студентов. Данная форма формирования результирующей оценки учитывает активность студентов на занятиях, посещаемость занятий, оценки за практические работы, выполнение самостоятельных заданий, участие в НИРС. Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов по балльно-рейтинговой системе является: «Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в СПбГУГА».

– устный ответ на зачете по билетам на теоретические и практические вопросы из перечня. Основными документами, регламентирующими порядок организации зачета является: «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов СПбГУГА ...».

### 9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов. Вид промежуточной аттестации – зачет (5 семестр).

Тема / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог. зн.)	максим. (порог. зн.)		
<b>Обязательные виды занятий</b>				
<i>Аудиторные занятия</i>				
Лекция № 1	2	3	1-14	
ПЗ № 1	4	6	1-14	
Лекция № 2	2	3	1-14	
ПЗ № 2	4	6	1-14	
Лекция № 3	2	3	1-14	
ПЗ № 3	4	6	1-14	
Лекция № 4	2	3	1-14	
ПЗ № 4	4	6	1-14	
Лекция № 5	2	3	1-14	
ПЗ № 5	4	6	1-14	

Тема / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог зн.)	максим. (порог зн.)		
Лекция № 6	2	3	1-14	
ПЗ № 6	4	6	1-14	
Лекция № 7	2	3	1-14	
ПЗ № 7	4	6	1-14	
Доклад по теме дисциплины	3	7	1-14	
<b>Итого по обязательным видам занятий</b>	<b>45</b>	<b>70</b>		
<b>Зачет</b>	<b>15</b>	<b>30</b>		
<b>Итого по дисциплине</b>	<b>65</b>	<b>100</b>		
<b>Премиальные виды деятельности (для учета при определении рейтинга)</b>				
<i>Научные публикации по теме дисциплины</i>		10		
<i>Участие в конференциях по теме дисциплины</i>		10		
<i>Участие в предметной олимпиаде</i>				
<i>Прочее</i>				
<b>Итого дополнительно премиальных баллов</b>		<b>20</b>		
<b>Всего по дисциплине (для рейтинга)</b>		<b>120</b>		
<b>Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку</b>				
Количество баллов по БРС		Оценка (зачтено/не зачтено)		
60 и более		«зачтено»		
менее 60		«не зачтено»		

**9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Посещение лекционного занятия оценивается в 2 балла. Ведение лекционного конспекта – 1 балл.



Посещение практического занятия оценивается в 2 балла. Ведение конспекта – 1 балл. Активное участие в обсуждении дискуссионных вопросов по теме 1 балл. Ответ на вопрос устного опроса – от 1 до 2 баллов, в зависимости от правильности ответа и раскрытия темы.

Доклад оценивается в 3 балла, исходя из полноты раскрытия темы доклада, использования дополнительных источников литературы, поиск актуальной информации на момент подготовки доклада. Участие в обсуждении доклада – до 4 баллов.

### **9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине**

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

### **9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам**

Обеспечивающая дисциплина: «Менеджмент»

1. История развития менеджмента.
2. Понятие об авиационном менеджменте.
3. Международные организации ГА.
4. Система воздушного транспорта.
5. Факторы успешного управления предприятием.

Обеспечивающая дисциплина: «Введение в профессию»

1. Экспедиторские документы FIATA (оборотный мультимодальный транспортный коносамент FBL, необоротная мультимодальная транспортная накладная FWB, нейтральная воздушная накладная AWB).
2. Международные конвенции, кодексы, уставы, регулирующие перевозки на всех видах транспорта.
3. Претензионная работа логиста. Ответственность экспедитора.
4. Организации экспортной (импортной) операции ТЭК. Основные этапы.
5. Договор купли-продажи, базисные транспортные условия. Инкотермс 2000.

Обеспечивающая дисциплина: «Транспортное право»

1. Транспортное право: понятие, предмет, метод, функции.
2. Транспортное законодательство: система и структура.
3. Министерство транспорта Российской Федерации: задачи и функции.
4. Структура федеральных органов исполнительной власти в сфере транспорта.
5. Транспортная безопасность. Контроль и надзор в области обеспечения транспортной безопасности.

**9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Критерии оценивания компетенций	Показатели оценивания компетенций
Способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7)	
<i>Знать:</i> основы маркетинга и приобретать новые знания, используя различные формы обучения и информационно-образовательные технологии	Иметь основные знания об основах маркетинга и использовать различные формы обучения и информационно-образовательные технологии
<i>Уметь:</i> применять полученные новые знания, используя различные формы обучения и информационно-образовательные технологии в области маркетинга	Способность применять полученные новые знания, используя различные формы обучения
<i>Владеть:</i> навыками к самоорганизации, самообразованию и приобретать новые знания, в области маркетинга, способность применять их на практике	Способность использовать навыки к самоорганизации, самообразованию и приобретать новые знания
Способностью к организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом (ПК-4)	
<i>Знать:</i> основы маркетинга для организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта, разработке и внедрению эффективных и рациональных приемов работы с клиентом.	Иметь основные знания об основах маркетинга для организации эффективной коммерческой работы на объекте транспорта
<i>Уметь:</i> применять основы маркетинга при разработке и внедрению эффективных рациональных приемов работы с клиентом и уметь оценивать эффективность коммерческой работы на объекте транспорта	Способность применять основы маркетинга при разработке и внедрению эффективных рациональных приемов работы с клиентом
<i>Владеть:</i> навыками применения основ маркетинга при разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом и оценивать эффективность коммерческой работы на объекте транспорта	Способность использовать основы маркетинга при разработке и внедрению рациональных приемов работы с клиентом и оценивать эффективность коммерческой работы на объекте транспорта
Способностью применять правовые, организационные основы организации перевозочного процесса и обеспечения безопасности движения транспортных средств в различных	



Критерии оценивания компетенций	Показатели оценивания компетенций
условиях(ПК-12)	
<i>Знать:</i> нормативно-технические и организационные основы организации перевозочного процесса, основные законы РФ в области информатизации, информационной политики, воздушный кодекс гражданской авиации, федеральные авиационные правила, государственные стандарты качества, руководства ИАТА и ИКАО	Иметь основные знания о нормативно-технических и организационных основах организации перевозочного процесса
<i>Уметь:</i> работать с информацией, полученной из различных источников в области информатизации, информационной политики	Способность применять знания полученную из различных источников в области информатизации, информационной политики
<i>Владеть:</i> навыками работы с информацией, полученной из различных источников и информационно-образовательных технологий, способность к организации перевозочного процесса и обеспечению безопасности	Способность использовать навыки работы с информацией, полученной из различных источников и информационно-образовательных технологий

## 9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

### 9.6.1 Контрольные задания для проведения текущего контроля успеваемости

1. Какие характеристики наиболее соответствуют производственной концепции, как этапу развития маркетинга.
2. Какие характеристики наиболее соответствуют традиционной концепции маркетинга.
3. В каких случаях актуальна концепция совершенствования производства.
4. К чему обязывает маркетинговая концепция.
5. Что относится к функциям маркетинга.
6. К какой функции маркетинга относится управление качеством и конкурентоспособностью товаров фирмы.
7. Какая функция маркетинга раскрывает сущность формирования спроса, его расширение и поддержание на высоком уровне.
8. Установите соответствие между ключевыми понятиями маркетинга и их определениями. (Субъекты маркетинговых отношений, Объекты маркетинга,

Принципы маркетинга).

9. Установите соответствие между понятиями маркетинга и их составляющими. (Субъекты маркетинга, Объекты маркетинга, Участники маркетинговых отношений).

10. Установите соответствие между ключевыми понятиями маркетинга и их определениями. (Покупка, Обмен, Сделка).

11. Установите соответствие между понятиями маркетинга и их определениями. (Потребительская ценность, Удовлетворенность потребителя, Качество товара).

12. Установите соответствие между типами маркетинга в зависимости от характера спроса на рынке и их задачами. (Демаркетинг, Ремаркетинг, Развивающий маркетинг).

13. Соотнесите варианты внедрения службы маркетинга на предприятии и их недостатки. (Функциональная организационная структура, Продуктовая организационная структура, Рыночная организационная структура).

14. Установите соответствие между направлениями деятельности и основными отделами предприятия, их осуществляющими. (Производственный отдел; Отдел маркетинга; Финансовый отдел).

15. Соотнести типы организационных структур маркетинга и условиями их эффективности. (Традиционная организационная структура, Дивизиональная организационная структура, Матричная организационная структура).

16. Установите соответствие между вариантами внедрения службы маркетинга на предприятии и их характеристиками. (Рыночная организационная структура, Организационная структура маркетинга с ориентацией на покупателя, Региональная организационная структура маркетинга).

17. Что относится к целевому рынку фирмы.

18. С чего следует начинать процедуру сегментирования рынка.

19. Что относится к способу представления процесса позиционирования с использованием нескольких оценочных показателей.

20. Что предполагает макросегментации рынка.

21. Что относится к психографическим признакам сегментации рынка.

22. Установите соответствие между видами информации и их определениями. (Дискретная информация; Эпизодическая информация; Мониторинговая информация).

23. Установите соответствие между методами сбора маркетинговой информации в рамках разведочных исследований и их определениями. (Метод контент-анализа информации, Метод фокус-групп, Проективные психологические методы).

24. Установите соответствие между методами сбора информации и их преимуществами. (Опрос, Наблюдение, Эксперимент).

25. Соотнесите тип выборки и ее характеристику. (Простая случайная выборка, Стратифицированная случайная выборка, Кластерная (ареальная) случайная выборка).

26. Установите соответствие между основными составляющими маркетинговой информационной системы и их определениями.



### **9.6.2 Примерный перечень тем докладов**

1. Основы экономической теории.
2. Правило «4Р»: товар, цена, место, продвижение.
3. Сегментация рынка и рыночные «ниши».
4. Правовые основы предпринимательской деятельности.
5. Социальная ответственность. Общественные организации потребителей.
6. Показатели измерения продукции транспорта и ее потребительские свойства.
7. Показатели конкурентоспособности транспортных услуг. Жизненный
8. Управление доходами и конъюнктура. Организация работы по тарифам в предприятиях.
9. Кадровая политика и мотивации персонала. Квалификационные требования.
10. Миссия предприятия и стратегические цели. Конкурентные преимущества и стратегии.
11. Пассажирские и грузовые перевозки.
12. Метод экспертных оценок (Дельфи). Организация рыночного анализа в предприятиях.
13. Организация и контроль сбыта в предприятиях. Собственная сеть продажи.
14. Профессиональная этика и культура обслуживания. Реклама и связь с общественностью.
15. Товарная и ценовая политика в стратегии внешнего маркетинга.
16. Коммерческие риски международной торговли.
17. Анализ продаж и прибыли. Расходы на маркетинг и оценка их эффективности.

### **9.6.2 Контрольные вопросы промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины**

1. Общая классификация потребностей и их учет в маркетинге предприятий.
2. Спрос, специфика его формирования и прогнозирования.
3. Механизм рыночного регулирования спроса и предложения на транспорте.
4. Специфика транспортных услуг как товара и их учет в маркетинге.
5. Характеристика потребителей транспорта и методы их исследования.
6. Стратегии маркетинга предприятий при различных рыночных условиях.
7. Характеристики рынка транспортных услуг, внешние и внутренние факторы.
8. Сегментация рынка и рыночные "ниши".
9. Конкуренция и ее оценка в маркетинге предприятий.

10. Ценовая политика и управление доходами.
11. Программа маркетинга в бизнес - плане предприятия.
12. Расходы на маркетинг и оценка эффективности.
13. Организация сбыта транспортных услуг.
14. Конкурентоспособность предприятия и качество продукции.
15. Инновации в маркетинге предприятия с учетом жизненного цикла товаров.
16. Организация управления маркетингом в предприятии и кадровая политика.
17. Правовые основы предпринимательской деятельности.
18. Специфика международного маркетинга.
19. Реклама и внешние связи предприятия.
20. Социально - этические вопросы маркетинга и права потребителей.
21. Управление маркетингом в авиакомпаниях с учетом стратегии их развития.
22. Управление маркетингом в аэропортах с учетом стратегии их развития.
23. Анализ современного состояния и прогнозирование рынка ВС в РФ.
24. Анализ современного состояния и прогнозирование рынка пассажирских перевозок в РФ и мире.
25. Анализ современного состояния и прогнозирование рынка грузовых перевозок в РФ и мире.
26. Характеристика деятельности мировых альянсов авиакомпаний.
27. Коммерческое партнерство авиакомпаний (использование совместных кодов и пр.).
28. Конкуренция авиакомпаний в сфере качества перевозок.
29. Тарифная политика авиакомпаний.
30. Совершенствование методов и средств продажи перевозок.
31. Неавиационная (непрофильная) деятельность в маркетинге аэропортов.
32. Исследование потребителей (пользователей) аэропортов.
33. Конкуренция аэропортов в сфере качества перевозок.
34. Политика аэропортовых сборов, цен и тарифов.
35. Имидж авиакомпаний и PR.
36. Использование Интернет в маркетинге авиакомпаний (аэропортов).
37. Требования к профессиональному отбору и подготовке персонала с позиций маркетинга.
38. Проблемы дерегулирования в мировом авиатранспорте.
39. Роль государства в эффективном развитии рынка авиаперевозок.
40. Современные методы рекламной работы на ВТ.

#### **10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

Методика преподавания дисциплины «Транспортный маркетинг» характеризуется совокупностью методов, приемов и средств обучения,



обеспечивающих реализацию содержания и учебно-воспитательных целей дисциплины, которая может быть представлена как некоторая методическая система, включающая методы, приемы и средства обучения. Такой подход позволяет более качественно подойти к вопросу освоения дисциплины обучающимися.

### **10.1 Методические рекомендации для обучающихся по освоению материалов лекционных занятий**

Лекции являются одним из важнейших видов учебных занятий и составляют основу теоретической подготовки обучающихся по дисциплинам вообще и по дисциплине «Транспортный маркетинг» в частности. Будучи по содержанию теоретическими, прикладными и методическими, по данной дисциплине они являются *теоретическими*. По назначению: *вводными, тематическими и заключительными*.

Лекция имеет целью дать систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрыть состояние и перспективы прогресса конкретной области науки и экономики, сконцентрировать внимание на наиболее сложных и узловых вопросах.

Эта цель определяет дидактическое назначение лекции, которое заключается в том, чтобы ознакомить обучающихся с основным содержанием, категориями, принципами и закономерностями изучаемой темы и предмета обучения в целом, его главными идеями и направлениями развития, его прикладной стороной.

Именно на лекции формируется научное мировоззрение будущего специалиста, закладываются теоретические основы фундаментальных знаний будущего управленца, стимулируется его активная познавательная деятельность, решается целый ряд вопросов воспитательного характера.

В данном случае целесообразно характеризовать не лекции вообще, а совокупность этих лекций по дисциплине «Управление социально-техническими системами», их связь с другими видами учебных занятий.

Методика преподавания лекционного курса дисциплины строится на использовании конкретной, оптимальной для нее методической системы. Методическая система есть сумма методов, приемов и средств обучения. Основой для построения системы служат дидактические принципы высшей школы, педагогическая психология и обобщенный опыт преподавания дисциплины.

При проведении лекций преподаватель опирается на базовые знания студентов по общенаучным дисциплинам, с тем, чтобы основное время уделить специфическим вопросам дисциплины, а не повторению материала по менеджменту, информатике и т.д. В процессе подготовки к лекции и в ходе ее изложения важным является развитие интереса обучающихся к преподаваемой дисциплине.

Интерес к изучению учебного материала достигается на лекции применением *комплекса методических приемов*: четкой формулировкой темы, разъяснением важности знания учебного материала для дальнейшей



практической деятельности; выделением в изучаемом материале главного; созданием на занятиях хорошего эмоционального настроя; использованием творческого характера заданий на самостоятельную работу, выдаваемых обучающимся.

В лекции самое трудное – начало. Первые слова, обращенные к обучающимся, должны привлечь их внимание, создать определенный настрой.

*Вводная часть* лекции (объявление темы, учебных вопросов и литературы, контрольный опрос) должна занимать не более 10 минут. Темп ее изложения, как правило, выше темпа изложения основного содержания, что заставляет обучающихся собраться и сосредоточиться. Тщательная подготовка и отбор каждого слова начала лекции – необходимое условие успеха лекции вообще.

Остановимся на общих и основных способах и приемах изложения учебного материала на лекциях.

*Способы чтения лекций.*

Различают несколько способов чтения лекции: пересказ содержания лекции наизусть, без каких-либо конспектов; чтение по тексту; свободное выступление на основе конспекта (текста) лекции.

Когда читаются лекции по материалам фундаментальных наук, где нужна точность формулировок и четкость определения понятий, стройная структура изложения, там не обойтись без чтения лекции по тексту.

*Темп лекции.*

Так как в лекциях по дисциплине диктуются определения и формулировки, требующие дословного воспроизведения, то темп определяется способностью обучающихся сокращенно, но точно, полностью записать текст при неоднократном повторении его преподавателем.

*Доступность для восприятия.*

Она определяется через элементы обратной связи:

- замедленность действий обучающихся;
- неуверенность в конспектировании;
- ожидание дополнительных пояснений;
- вопросы с мест.

*Принцип наглядности.*

Использование приемов, позволяющих наглядно представлять обучаемым процессы, свойства предметов и т.д.

*Эмоциональность изложения.*

Одним из важнейших требований к лекции является эмоциональность изложения материала. Лектор должен читать лекцию с искренней убежденностью, хорошо владеть дикцией, интонацией и жестами, приводить яркие примеры и образные сравнения, которые вызвали бы у аудитории живой интерес. Все это должно быть хорошо продумано, прорепетировано, согласовано с содержанием лекции.

*Методы предъявления учебного материала.*

Лектору необходимо знать методы предъявления учебного материала при помощи учебной доски, плакатов и ТСО.

Повышению эффективности лекции способствуют хорошо подобранные



иллюстрации (схемы, плакаты, кинофрагменты, слайды и др.), позволяющие быстрее и доходчивее раскрыть сущность излагаемых вопросов. Однако объем иллюстративного материала не должен быть чрезмерным, чтобы не рассеивать внимание обучаемых.

*Активизация деятельности обучаемых.*

Лекция предназначена не только и не столько для сообщения какой-то информации, а, в первую очередь, для развития мышления обучаемых. Одним из способов, активизирующих мышление, является такое построение изложения учебного материала, когда обучающиеся слушают, запоминают и конспектируют излагаемый лектором учебный материал, и вместе с ним участвуют в решении проблем, задач, вопросов, в выявлении рассматриваемых явлений. Такой методический прием получил название *проблемного изложения*.

Активизации мышления способствует рассмотрение в ходе лекции примеров и опыта передовых компаний. Подобные хорошо продуманные примеры помогают лучше усвоить содержание теоретических вопросов.

Активность обучающихся на занятии зависит от того, насколько быстро и прочно установлен контакт преподавателя с обучаемыми. Это достигается: выдачей интересной справки об ученых, работающих над данной темой, или рассказ об ее предыстории; постановкой интересного вопроса или захватывающей задачи, решению которых будет посвящено данное учебное занятие и т.д.

Энергичное начало учебного занятия – хорошая предпосылка для его успешного проведения. Но этого недостаточно. Важно удержать интерес и внимание аудитории к изучаемому материалу в ходе всего учебного занятия. Это достигается установлением контактов с аудиторией с использованием элементов беседы (Понятно? Ясно? Как вы думаете? Каким образом?).

Подготовленные и читаемые лекции требуют постоянного совершенствования: обновления содержания лекционного курса, учета последних достижений науки, теории и практики, изыскания новых, более эффективных приемов и способов изложения учебного материала, а также средств иллюстрации.

## **10.2 Методические рекомендации для обучающихся по освоению материалов практических занятий**

Практическое занятие проводится в целях: выработки практических умений и приобретения навыков при решении управленческих задач.

Главным содержанием этих занятий является практическая работа каждого студента, форма занятия – групповая, а основной метод, используемый на занятии – метод практической работы.

В дидактической системе изучения дисциплины практические занятия стоят после лекций. Таким образом, дидактическое назначение практических занятий – закрепление, углубление и комплексное применение теоретических знаний, выработка умений и навыков обучающихся в решении практических задач. Вместе с тем, на этих занятиях, осуществляется активное формирование и развитие навыков и качеств, необходимых для последующей



профессиональной деятельности.

В зависимости от специфики преподаваемых дисциплин практические занятия условно можно разделить на две группы. Основным содержанием первой группы занятий является решение задач, производство расчетов, разработка документов, выполнение графических и других работ, второй группы – овладение методикой анализа и принятия решений.

Методика подготовки и проведения практических занятий по различным учебным дисциплинам весьма разнообразна и конкретно рассматривается в частных методиках преподавания. В то же время в ней можно выделить некоторые общие приемы и способы, характерные для всех или группы дисциплин.

Любое практическое занятие начинается, как правило, с формулирования его целевых установок. Понимание обучаемыми целей и задач занятия, его значения для специальной подготовки способствует повышению интереса к занятию и активизации работы по овладению учебным материалом.

Вслед за этим производится краткое рассмотрение основных теоретических положений, которые являются исходными для работы обучаемых на данном занятии. Обычно это делается в форме опроса обучаемых, который служит также средством контроля за их самостоятельной работой. Обобщение вопросов теории может быть поручено также одному из обучаемых. В этом случае соответствующее задание дается заранее всей учебной группе, что служит дополнительным стимулом в самостоятельной работе. В заключении преподаватель дает оценку ответов обучаемых и приводит уточненную формулировку теоретических положений.

Основную часть практического занятия составляет работа обучаемых по выполнению учебных заданий под руководством преподавателя. Эффективность этой части занятия зависит от ряда условий. Прежде всего, требуется тщательная разработка учебных заданий. По своему содержанию каждое задание должно быть логическим развитием основной идеи дисциплины и учитывать специальность подготовки обучаемых. Наряду с этим в задании необходимо предусмотреть использование и закрепление знаний, навыков и умений, полученных при изучении смежных дисциплин, т.е. учесть принцип комплексности в обучении.

Практические занятия, закрепляя и углубляя знания, в то же время должны всемерно содействовать развитию мышления обучаемых. Наиболее успешно это достигается в том случае, когда учебное задание содержит элементы проблемности, т.е. возможность неоднозначных решений или ответов, побуждающих обучаемых самостоятельно рассуждать, искать ответы и т.п. Постановка на занятиях проблемных задач и вопросов требует соответствующей подготовки преподавателя. Готовясь к занятию, он должен заранее наметить все вопросы, имеющие проблемный характер, продумать четкую их формулировку и оптимальные варианты решения с активным участием обучаемых.

На практических занятиях благоприятные условия складываются для индивидуализации обучения. При проведении занятий преподаватель имеет



возможность наблюдать за работой каждого обучаемого, изучать их индивидуальные особенности, своевременно оказывать помощь в решении возникающих затруднений. Наиболее успешно выполняющим задание преподаватель может дать дополнительные вопросы, а отстающим уделить больше внимания, как на занятии, так и во внеучебное время.

При возникновении у аудитории общих неясных вопросов преподаватель может разъяснить их с использованием классной доски, однако при этом он не должен повторять лекционный материал или повторно решать задачи и примеры, приведенные на лекции. Во всех случаях педагогически неоправданно решение задач на доске преподавателем или обучаемыми в течение всего занятия, так как оно не способствует развитию самостоятельности и ведет к пассивной работе большинства обучаемых.

В ходе самостоятельной работы по решению задач, производству расчетов, разработке документов и т.п. преподаватель обязан прививать обучаемым навыки применения современных вычислительных средств, справочников, таблиц и других вспомогательных материалов, добиваться необходимой точности и быстроты вычислений, оформления работ в соответствии с установленными требованиями.

Методически правильно построенные практические занятия имеют не только образовательное, но и большое воспитательное значение. В процессе их проведения воспитываются волевые качества обучаемых, развиваются настойчивость, упорство, инициатива и самостоятельность, вырабатывается умение правильно строить свою работу, осуществлять самоконтроль. Эта сторона процесса обучения играет важную роль в подготовке любого специалиста. Поэтому на всех практических занятиях в зависимости от специфики преподаватель должен ставить конкретные воспитательные цели и изыскивать наиболее эффективные пути и способы их достижения.

Каждое практическое занятие заканчивается, как правило, кратким подведением итогов, выставлением оценок каждому студенту и указаниями преподавателя о последующей самостоятельной работе.

*Интерактивные практические занятия* по дисциплине имеют целью:

- углубление, расширение и конкретизацию теоретических знаний, полученных на лекции, до уровня, на котором возможно их практическое использование;
- экспериментальное подтверждение положений и выводов, изложенных в теоретическом курсе, и усиление доказательности обучения;
- решение задач в области принятия решений при управлении авиатранспортными предприятиями;
- отработку навыков и умений в пользовании графиками, схемами, матрицами информационно-аналитической работы;
- отработку умения использования ПК;
- проверку теоретических знаний.

Основу интерактивных практических занятий составляет работа каждого обучаемого (индивидуальная и (или) коллективная), по приобретению умений и навыков использования закономерностей, принципов, методов, форм и средств,



составляющих содержание дисциплины в профессиональной деятельности и в подготовке к изучению дисциплин, формирующих компетенции выпускника.

Интерактивным практическим занятиям предшествуют лекции и целенаправленная самостоятельная подготовка студентов, поэтому практические занятия нужно начинать с краткого обзора цели занятия, напоминания о его связи с лекциями, и формирования контрольных вопросов-заданий, которые должны быть решены на данном занятии. Вопросы-задания, выносимые на практические занятия, должны касаться не только современного состояния предприятий (организаций) транспорта, но и перспектив их развития в единой транспортной системе.

### **10.3 Методические рекомендации для обучающихся по подготовке к семинарам**

В организации семинарских занятий реализуется принцип совместной деятельности, сотворчества. При совместной учебной деятельности процесс мышления и усвоения знаний более эффективен в том случае, если решение задачи осуществляется не индивидуально, а предполагает коллективные усилия. Поэтому семинарское занятие эффективно тогда, когда проводится как заранее подготовленное совместное обсуждение выдвинутых вопросов каждым участником семинара. Реализуются общий поиск ответов учебной группой, возможность раскрытия и обоснования различных точек зрения у студентов. Такое проведение семинаров обеспечивает контроль за усвоением знаний и развитие научного мышления.

Готовясь к семинару, студенты должны:

1. Познакомиться с рекомендованной литературой;
2. Рассмотреть различные точки зрения по вопросу;
3. Выделить проблемные области;
4. Сформулировать собственную точку зрения;
5. Предусмотреть спорные моменты и сформулировать дискуссионный вопрос.

При такой подготовке семинарское занятие пройдет на необходимом методологическом уровне и принесет интеллектуальное удовлетворение всей группе.

При подготовке, студент должен правильно оценить вопрос, который он взял для выступления к семинарскому занятию.

Доклад - вид самостоятельной работы, используется в учебных и внеклассных занятиях, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляют план, подбирают основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

К докладу по крупной теме могут привлекаться несколько студентов, между которыми распределяются вопросы выступления. В качестве тем для докладов преподавателем предлагается тот материал учебного курса, который не освещается в лекциях, а выносится на самостоятельное изучение студентами. Поэтому доклады, сделанные студентами на семинарских занятиях,



с одной стороны, позволяют дополнить лекционный материал, а с другой - дают преподавателю возможность оценить умения студентов самостоятельно работать с учебным и научным материалом.

Подготовка доклада требует от студента большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы:

- анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы доклада фактов;
- обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана;
- написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада, как и любой другой научной работы, традиционно включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема, и т.п. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т.п.

Основная часть также должна иметь четкое логическое построение.

Перечень требований к выступлению студента:

- 1) Связь выступления с предшествующей темой или вопросом.
- 2) Раскрытие сущности проблемы.
- 3) Методологическое значение для научной, профессиональной и практической деятельности.

Студент не обязан строго придерживаться такого порядка изложения, но все аспекты вопроса должны быть освещены, что обеспечит выступлению необходимую полноту и завершенность.

Важнейшие требования к выступлениям студентов -- самостоятельность в подборе фактического материала и аналитическом отношении к нему, умение рассматривать примеры и факты во взаимосвязи и взаимообусловленности, отбирать наиболее существенные из них.

Приводимые участником семинара примеры и факты должны быть существенными, по возможности перекликаться с профилем обучения и в то же время не быть слишком «специализированными». Выступление студента должно соответствовать требованиям логики. Четкое вычленение излагаемой проблемы, ее точная формулировка, неукоснительная последовательность аргументации именно данной проблемы, без неоправданных отступлений от нее в процессе обоснования, безусловная доказательность, непротиворечивость и полнота аргументации, правильное и содержательное использование понятий и терминов.


Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 28 «Коммерческая деятельность»

«08» декабря 2015 года, протокол № 4.

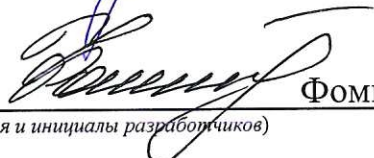
Разработчики:

К.Э.Н.

  
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)

Либерман П.Ю.


К.Э.Н., доцент

  
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)

Фомина И.А.

заведующий кафедрой № 28 «Коммерческая деятельность»

д.т.н., профессор


  
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)

Смулов М.Ю.

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

д.т.н., доцент

  
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков)

Ведерников Ю.В.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «20 января 2016 года, протокол № 3».

С изменениями и дополнениями от «30» августа 2017 года, протокол № 10 (в соответствии с Приказом от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»).