



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА  
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

**УТВЕРЖДАЮ**



Ректор

/ Ю.Ю. Михальчевский

«17» июня 2021 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Транспортный маркетинг**

Направление подготовки  
**38.03.01 Экономика**

Направленность программы (профиль)  
**Экономика предприятия и организации воздушного транспорта**

Квалификация выпускника  
**бакалавр**

Форма обучения  
**очная**

Санкт-Петербург  
2021

## 1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Транспортный маркетинг» является формирование у студентов знаний, умений и навыков работы в области исследований и анализа рынка.

Задачей освоения дисциплины является формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, позволяющих самостоятельно производить расчеты необходимых для анализа рынка показателей.

Дисциплина обеспечивает подготовку обучающегося к решению задач профессиональной деятельности расчетно-экономического и организационно-управленческого типов.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Транспортный маркетинг» представляет собой дисциплину, относящуюся к Обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули).

Дисциплина «Транспортный маркетинг» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: «Экономика предприятия».

Дисциплина «Транспортный маркетинг» является обеспечивающей для дисциплин: «Планирование на предприятии (организации).

Дисциплина изучается в 4 семестре.

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

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

Код компетенции/ индикатора	Результат обучения: наименование компетенции, индикатора компетенции
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.
ИД <sub>УК10</sub> <sup>1</sup>	Владеет основами экономической и финансовой грамотности, понимает сущность рациональной организации хозяйственной деятельности в современном обществе.
ИД <sub>УК10</sub> <sup>2</sup>	Экономически обосновывает принятые решения, в том числе в профессиональной деятельности.
ПК-3	Способен создавать организационно-управленческую структуру предприятия и осуществлять контроль результативности ее деятельности, участвовать в разработке новых технологических процессов в деятельности

Код компетенции/ индикатора	Результат обучения: наименование компетенции, индикатора компетенции
	предприятия.
ИД <sup>2</sup> <sub>ПКЗ</sub>	Владеет навыками планирования и регулирования деятельности предприятия.
ИД <sup>3</sup> <sub>ПКЗ</sub>	Разрабатывает и оптимизирует технологические процессы в деятельности предприятия.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

- основные источники получения официальных данных для проведения маркетинговых исследований;
- основные методы обработки и анализа первичных данных;
- основные методы сводки и группировки данных;
- основные требования, предъявляемые к проведению маркетинговых исследований;
- основы анализа системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;
- критерии оценки качества товара;
- основы планирования и регулирования деятельности предприятия.

Уметь:

- собирать данные по полученному заданию и осуществлять их первичную обработку и анализ;
- осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных задач;
- использовать основные методы продвижения товаров на рынок;
- использовать торгово–технологические процессы на предприятии для удержания рыночной ниши;

Владеть:

- методами обработки и анализа данных в соответствии с поставленными задачами;
- методологией экономического исследования;
- способностью оценивать эффективность структур управления;
- навыками определения минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестр
		4
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа:	38,5	38,5
лекции	18	18
практические занятия	18	18
семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
курсовой проект	-	-
Самостоятельная работа студента	36	36
Промежуточная аттестация	36	36
контактная работа	2,5	2,5
самостоятельная работа по подготовке к экзамену	33,5	33,5

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Соотнесения тем (разделов) дисциплины и формируемых компетенций

Темы, разделы дисциплины	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ	КОМПЕТЕНЦИИ		Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-10	ПК-3		
Тема 1. Основы маркетинговых исследований	10	+		ВК, Л,ПЗ, СРС	УО
Тема 2. Виды и способы проведения маркетинговых исследований	10	+		Л,ПЗ, СРС	Д
Тема 3. Анализ и исследования рынка и потребительского спроса	14	+	+	Л,ПЗ, СРС	УО
Тема 4. Анализ и исследования товара	10	+	+	Л,ПЗ, СРС	РС
Тема 5. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия транспорта	14	+	+	Л,ПЗ, СРС	РС
Тема 6. Анализ и исследования влияния внешних факторов	14	+	+	Л,ПЗ, СРС	УО
Итого за семестр 4	72				

Темы, разделы дисциплины	КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ	КОМПЕТЕНЦИИ		Образовательные технологии	Оценочные средства
		УК-10	ПК-3		
Промежуточная аттестация	36				
Всего по дисциплине	108				

Сокращения: Л– лекция, ПЗ – практическое занятие, ВК – входной контроль, СРС – самостоятельная работа студента, Д – доклад, УО – устный опрос, РС – решение ситуационных задач, КП – курсовой проект, ЗКП – защита курсового проекта.

## 5.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КП	Всего часов
4 семестр						
Тема 1. Основы маркетинговых исследований	2	2	-	6	-	10
Тема 2. Виды и способы проведения маркетинговых исследований	2	2	-	6	-	10
Тема 3. Анализ и исследования рынка и потребительского спроса	4	4	-	6	-	14
Тема 4. Анализ и исследования товара	2	2	-	6	-	10
Тема 5. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия транспорта	4	4	-	6	-	14
Тема 6. Анализ и исследования влияния внешних факторов	4	4		6		14
Итого за семестр	18	18		36	-	72
Промежуточная аттестация						36
Всего по дисциплине						108

Сокращения: Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, ЛР – лабораторная работа, СРС – самостоятельная работа студента, КП – курсовой проект.

## 5.3 Содержание разделов дисциплины

### Тема 1. Основы маркетинговых исследований

Маркетинговые исследования, определение, назначение. Предпосылки, организация и проведение маркетинговых исследований.

### Тема 2. Виды и способы проведения маркетинговых исследований

Виды исследований. Проблемы, связанные с проведением и организацией маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Источники информации для проведения исследований.

### Тема 3. Анализ и исследования рынка и потребительского спроса

Изучение конъюнктуры рынка. Трендовые модели. Рыночные индикаторы. Анализ и оценка рыночного спроса и потенциала. Анализ, расчет и прогнозирование емкости рынка. Исследования поведения потребителей.

#### **Тема 4. Анализ и исследования товара**

Источники информации для проведения исследований. Оценка и прогнозирование спроса.

#### **Тема 5. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия транспорта**

Конкурентоспособность предприятия. Состав и структура конкурентной среды. Анализ конкурентов и оценка конкурентной позиции.

#### **Тема 6. Анализ и исследования влияния внешних факторов**

Внешняя и внутренняя среда предприятия. Факторы внешнего воздействия, анализ и оценка. Состав и структура внешней среды. Оценка и прогнозирование рисков.

### **5.4 Практические занятия**

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудо-емкость (часы)
4 семестр		
1	Устный опрос. Маркетинговые исследования, основы, примеры проведения.	2
2	Виды маркетинговых исследований. Доклады по темам.	2
3	Анализ и исследования рынка и потребительского спроса. Устный опрос	4
4	Анализ и исследования товара Решение ситуационных задач.	2
5	Конкурентная среда. Оценка конкурентоспособности предприятия. Решение ситуационных задач.	4
6	Оценка воздействия внешних факторов на деятельность и развитие предприятия. Устный опрос.	4
Итого за семестр 4		18
Итого по дисциплине		18

### **5.5 Лабораторный практикум**

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

## 5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
4 семестр		
1	Изучение и повторение теоретического материала. [1-11] Подготовка к устному опросу.	6
2	Изучение и повторение теоретического лекционного материала. [1-11] Подготовка доклада по выбранной теме.	6
3	Изучение и повторение пройденного материала. Подготовка к устному опросу.[1-11]	6
4	Изучение и повторение пройденного материала. [1-11]	6
5	Изучение и повторение пройденного материала. [1-11]	6
6	Изучение и повторение теоретического материала. Подготовка к устному опросу.[1-11]	6
Итого за семестр 4		36
Итого по дисциплине		36

## 5.7 Курсовые проекты

Курсовые проекты учебным планом не предусмотрены

## 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484237>.
2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468736>.

3. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/478126>.

б) дополнительная литература:

4. Губенко А.В., Смуров М.Ю., Черкашин Д.С. Экономика воздушного транспорта: Учебник для вузов. Допущ. УМО [Текст] – СПб.: Питер, 2009. – 288 с.- ISBN: 978-5-388-00731-5. Количество экземпляров 311.

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

5. Министерство финансов РФ [Электронный ресурс] официальный сайт Министерства финансов РФ. - Режим доступа: <http://www.minfin.ru/ru/>, свободный (дата обращения 15.05.2021).
6. Библиотека СПбГУ ГА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spbguga.ru/objects/e-library/>, свободный (дата обращения 15.05.2021).

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

7. Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения 15.05.2021).

## **7 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для обеспечения образовательного процесса материально-техническими ресурсами используется аудитория №534, оборудованная МОК (мультимедийный обучающий комплекс) - компьютер, проектор, интерактивная доска

Материалы INTERNET, мультимедийные курсы, оформленные с помощью Microsoft Power Point, используются при проведении лекционных и практических занятий.



Наименование дисциплины	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
Транспортный маркетинг	Аудитория 534	Комплект учебной мебели: парты и стулья (вместимость: 28 посадочных мест) МОК (мультимедийный обучающий комплекс) - компьютер, проектор, интерактивная доска	Microsoft Windows 7 Professional Microsoft Windows Office Professional Plus 2007 Acrobat Professional 9 Windows International Kaspersky Anti-Virus Suite для WKS и FS Konsi- SWOT ANALYSIS Konsi - FOREXSAL
	Аудитория 536	Комплект учебной мебели Вместимость: 26 посадочных мест	
	Аудитория 538	Комплект учебной мебели Вместимость: 24 посадочных места	
	Аудитория 541	Комплект учебной мебели Вместимость: 28 посадочных места	
	Аудитория 543	Комплект учебной мебели Вместимость: 44 посадочных места	

## 8 Образовательные и информационные технологии

В рамках изучения дисциплины предполагается использовать следующие образовательные технологии.

Входной контроль проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения обучающимися дидактических единиц при изучении базовых дисциплин.

Лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив развития экономических знаний в современных условиях. 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, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы и практические примеры.

Цель практических занятий – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих тем, а также приобрести начальные практические навыки. Рассматриваемые в рамках практического занятия задачи, ситуации, примеры и проблемы имеют профессиональную направленность и содержат элементы, необходимые для формирования компетенций в рамках подготовки обучающихся. Практические занятия предусматривают участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практические занятия по дисциплине являются составляющими практической подготовки обучающихся, так как предусматривают их участие в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Самостоятельная работа обучающихся является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой.

## **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.

Оценочные средства включают: решение ситуационных задач, письменную аудиторную работу, задания, выдаваемые на самостоятельную работу по темам дисциплины (подготовка докладов), устный опрос пройденного материала.

Устный опрос проводится на практических занятиях с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции.

Обсуждение докладов обучающихся проходит в рамках практических занятий по темам дисциплины. Преподаватель, как правило, выступает в роли консультанта при заслушивании докладов, осуществляет контроль полученных обучающимися результатов. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к простому воспроизведению текста. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. При этом обучающийся может обращаться к своим записям, приводить выдержки из периодической печати,

сайтов интернета и т. д.

Решение ситуационных задач представляет собой практическое применение теоретических знаний к конкретной хозяйственной ситуации (совокупности хозяйственных операций, осуществляемых в рамках организации).

Контроль выполнения задания, выполняемого на практических занятиях, преследует собой цель своевременного выявления плохо усвоенного материала дисциплины для последующей корректировки.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде экзамена в 4 семестре. К моменту сдачи экзамена должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля.

Экзамен позволяют оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Билет включает два теоретических вопроса и задачу.

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

Не применяется.

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

Устный опрос оценивается следующим образом:

«зачтено»: обучающийся дает ответ на поставленный вопрос по существу и правильно отвечает на уточняющие вопросы;

«не зачтено»: обучающийся отказывается отвечать на поставленный вопрос, либо отвечает на него неверно и при формулировании дополнительных (вспомогательных) вопросов.

Решение ситуационных задач оценивается:

«зачтено»: обучающийся самостоятельно правильно решает задачу, дает обоснованную оценку по итогу решения;

«не зачтено»: обучающийся отказывается от выполнения задачи или не способен ее решить самостоятельно, а также с помощью преподавателя.

Доклад:

«зачтено»: грамотное и непротиворечивое изложение сути вопроса при использовании современных источников. Обучающийся способен сделать обоснованные выводы, а также уверенно отвечать на заданные в ходе обсуждения вопросы;

«не зачтено»: неудовлетворительное качество изложения материала и неспособность обучающегося сделать обоснованные выводы или рекомендации.

### **9.3 Темы курсовых проектов по дисциплине**

Курсовые проекты учебным планом не предусмотрены.

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

Примерные вопросы входного контроля:

1. Сущность, принципы и методы планирования и прогнозирования
2. Система планов предприятия и их взаимосвязь
3. Показатели в плановых расчетах
4. Экономический анализ по методу издержки - прибыль
5. Нормативный характер планирования. Нормы и нормативы на предприятии
6. Виды и формы предприятий.
7. Характеристика организационно-правовых форм предприятий.
8. Характеристика государственных (муниципальных) и унитарных предприятий.
9. Цель создания и функционирования предприятия.

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

Компетенции	Показатели оценивания (индикаторы достижения) компетенций	Критерии оценивания
I этап		
УК-10	ИД <sup>1</sup> <sub>УК10</sub>  ИД <sup>2</sup> <sub>УК10</sub>	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ основные источники получения официальных данных для проведения маркетинговых исследований;</li> <li>✓ основные методы обработки и анализа первичных данных;</li> <li>✓ основные методы сводки и группировки данных;</li> <li>✓ основные требования, предъявляемые к проведению маркетинговых исследований;</li> <li>✓ основы анализа системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов;</li> <li>✓ критерии оценки качества товара;</li> <li>✓ основы планирования и регулирования деятельности предприятия.</li> </ul>
ПК-3	ИД <sup>2</sup> <sub>ПК3</sub>	<p>Умеет:</p>

Компетенции	Показатели оценивания (индикаторы достижения) компетенций	Критерии оценивания
		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ собирать данные по полученному заданию и осуществлять их первичную обработку и анализ;</li> <li>✓ осуществлять анализ данных, необходимых для решения поставленных задач.</li> </ul>
<b>II этап</b>		
УК-10	ИД <sup>1</sup> <sub>УК10</sub> ИД <sup>2</sup> <sub>УК10</sub>	Умеет: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ использовать основные методы продвижения товаров на рынок;</li> <li>✓ использовать торгово–технологические процессы на предприятии для удержания рыночной ниши.</li> </ul> Владеет: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ методами обработки и анализа данных в соответствии с поставленными задачами;</li> <li>✓ методологией экономического исследования;</li> </ul>
ПК-3	ИД <sup>3</sup> <sub>ПК3</sub>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ способностью оценивать эффективность структур управления;</li> <li>✓ навыками определения минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов.</li> </ul>

### Шкала оценивания при проведении промежуточной аттестации

«Отлично» выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания по рассматриваемой компетенции и умение уверенно применять их на практике при решении задач, свободное и правильное обоснование принятых решений. Отвечая на вопрос, может быстро и безошибочно проиллюстрировать ответ собственными примерами. Обучающийся самостоятельно правильно решает задачу, дает обоснованную оценку итогам решения.

«Хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задачи некоторые неточности, хорошо владеет всем содержанием, видит взаимосвязи, но не всегда делает это самостоятельно без помощи преподавателя. Обучающийся решает задачу верно, но при помощи преподавателя.

«Удовлетворительно» выставляется обучающемуся, показавшему

фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы в рамках заданной компетенции, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации. Отвечает только на конкретный вопрос, соединяет знания из разных разделов курса только при наводящих вопросах преподавателя. Ситуационная задача решена не полностью, или содержатся незначительные ошибки в расчетах.

«Неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины в рамках компетенций, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач. Не раскрыты глубина и полнота при ответах. Задача не решена даже при помощи преподавателя.

## **9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине**

### **9.6.1 Примерные контрольные задания для проведения текущего контроля успеваемости**

#### **Примерный перечень вопросов устного опроса**

1. Потребительский спрос.
2. Внешняя и внутренняя среда предприятия.
3. Состав и структура внешней среды.
4. Исследования состава и структуры внешней среды транспортного предприятия.
5. Факторы внешнего воздействия на транспортное предприятие.

#### **Темы докладов**

1. История развития маркетинговых исследований.
2. Типы маркетинговых исследований.
3. Методы маркетинговых исследований.
4. Фазы маркетинговых исследований.
5. Источники информации для проведения маркетинговых исследований.

Данный перечень может быть дополнен в ходе проведения занятий.

#### **Типовые ситуационные задачи**

**Задача 1.** Определить конкурентоспособность гражданских самолетов, характеристики которых представлены в таблице. Сделать вывод о наиболее конкурентоспособном самолете на основании расчета коэффициентов конкурентоспособности каждого из них (в сравнении с самолетом-аналогом).

Таблица.

Характеристики самолетов.

	Количество пассажиров (человек) N	Коммерческая нагрузка (тонн)	Мак скорость (км/ч) V	Дальность беспосадочного полета (км) L	Цена тыс. \$
Коэффициент важности параметра	0,3	0,4	0,1	0,2	Коэфф. важн.= 1
Тип самолета					
1	375	44,18	890	8060	67000
2	428	45,7	910	12800	75000
3	412	65,3	976	15200	120500
4	400	67	982	13590	110000
5	331	35	973,7	16450	90000
6	452	68,8	977	11423	100000
7	380	49,28	880	11666	67000
8	276	56	887	15250	80000

**Задача 2.** Оцените ситуацию на предприятии и примите решение: усовершенствовать организационную структуру управления маркетингом или упразднить, передав ее основные функции на аутсорсинг.

Показатель	Компания на аутсорсе			
	1	2	3	4

Ожидаемая прибыль, тыс. руб.	100	200	50	1 000
Бюджет маркетинга для функциональных подразделений, тыс. руб.	200	300	100	500

**Задача 3.** Проанализировать сбытовую политику предприятия методом ABC-анализа и сделать выводы о целесообразности реализации отдельных продуктов в программе предприятия. В качестве критериев ранжирования использовать: удельный вес реализуемой продукции в денежном выражении; долю в объеме затрат; долю в прибыли.

### 9.6.2 Примерные контрольные вопросы промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

1. Маркетинговые исследования. Основные определения. Назначение.
2. Виды маркетинговых исследований.
3. Фазы маркетинговых исследований.
4. Методы проведения маркетинговых исследований.
5. Особенности организации и проведения маркетинговых исследований.
6. Предпосылки для проведения маркетинговых исследований.
7. Проблемы при организации и проведении маркетинговых исследований.
8. Источники информации при маркетинговых исследованиях.
9. Исследования рынка.
10. Исследования потребительского спроса и потенциала.
11. Прогнозирование потребительского спроса.
12. Анализ и прогнозирование емкости рынка.
13. Анализ и исследования товара.
14. Прогнозирование спроса на товары и услуги.
15. Конкурентная среда. Состав и структура.
16. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия транспорта.
17. Анализ и оценка внешней и внутренней среды предприятия.
18. Анализ и оценка факторов внешнего воздействия.
19. Оценка и прогнозирование рисков.

Задачи для проведения промежуточной аттестации аналогичны типовым ситуационным задачам, рассматриваемым на практических занятиях.

## 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.

Лекции являются одним из важнейших видов учебных занятий и составляют основу теоретической подготовки обучающихся по дисциплинам. 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. Именно на лекции формируется научное мировоззрение обучающегося, закладываются теоретические основы фундаментальных знаний будущего управленца, стимулируется его активная познавательная деятельность, решается целый ряд вопросов воспитательного характера.

Каждая лекция должна представлять собой устное изложение лектором основных теоретических положений изучаемой дисциплины или отдельной темы как логически законченное целое и иметь конкретную целевую установку. Особое место в лекционном курсе по дисциплине занимают вводная и заключительная лекции.

Вводная лекция должна давать общую характеристику изучаемой дисциплины, подчеркивать новизну проблем, указывать ее роль и место в системе изучения других дисциплин, раскрывать учебные и воспитательные цели и кратко знакомить обучающихся с содержанием и структурой курса, а также с организацией учебной работы по нему. Заключительная лекция должна давать научно-практическое обобщение изученной дисциплины, показывать перспективы развития изучаемой области знаний, навыков и практических умений.

Практические занятия проводятся в целях выработки практических умений и приобретения навыков при решении управленческих задач. Основным содержанием этих занятий является практическая работа каждого обучающегося. Назначение практических занятий – закрепление, углубление и комплексное применение на практике 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. Практические занятия проводятся по наиболее сложным вопросам дисциплины и имеют целью

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 17 «Экономика» «20» мая 2021 года, протокол № 10.

Разработчики:



Merzlikiy A. S.

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

И.о. заведующий кафедрой № 17 «Экономика»

к. э.н., доцент



Paristova L. P.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)*

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

д.э.н., профессор



Gubenko A. V.

*(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)*

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «16» июня 2021 года, протокол № 7.