

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг и маркетинговые исследования на транспорте»

Дисциплина «Маркетинг и маркетинговые исследования на транспорте» является частью программы бакалавриата «Цифровые технологии на транспорте» по направлению «23.03.01 Технология транспортных процессов».

### Цели и задачи дисциплины

Формирование комплекса знаний, умений и навыков, направленных на организацию и проведение маркетинговых исследований.

### Изучаемые объекты дисциплины

Рынок, целевые рынки, маркетинговые исследования.

### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		7	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	72	72	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	32	32	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	72	72	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9	9	
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	144	144	

### Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Информационный ресурс маркетинговых исследований	6	0	7	14
Постановка задачи маркетингового исследования. Процесс маркетинговых исследований. Информационное обеспечение маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования и система поддержки принятия решений.				
Понятие маркетинга	6	0	7	14
Понятие маркетинга. Маркетинг в сфере транспортных услуг. Особенности развития маркетинга. Ориентация организаций на рынке. Основные концепции управления маркетингом. Применение концепций управления маркетингом.				
Маркетинговые исследования транспортного рынка	8	0	8	16
Разработка плана проведения маркетинговых исследований. Исследование рынка и анализ сегментов. Процедуры и этапы маркетинговых исследований транспортного рынка. Организация маркетингового исследования. Обработка и анализ результатов маркетинговых исследований. Обработка и анализ маркетинговой информации. Составление отчета о маркетинговых исследованиях.				
Маркетинговые исследования, их содержание и методы проведения	6	0	7	14
Роль и назначение маркетинговых исследований. Особенность проведения маркетинговых исследований. Направления и задачи маркетинговых исследований в РФ. Принципы, формы и методы маркетинговых исследований.				
Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий	6	0	7	14
Разработка, планирование и продвижение услуг. Целевой рынок и потребители транспортных услуг. Отбор целевых рынков. Сущность сегментирования транспортных предприятий. Позиционирование услуги, товара на рынке транспортных услуг. Критерии эффективного позиционирования услуги на рынке транспортных услуг. Процесс управления маркетингом. Стратегии разработки новых услуг.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ИТОГО по 7-му семестру	32	0	36	72
ИТОГО по дисциплине	32	0	36	72