

АННОТАЦИЯ

дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 «МАРКЕТИНГ»

Специальность – 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог».

Квалификация выпускника – Инженер путей сообщения.

Специализация: «Транспортный бизнес и логистика».

1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг» (Б1.В.ДВ.03.01) относится части, формируемой участниками образовательных отношений и является дисциплиной по выбору.

2. Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование компетенций, указанных в разделе 2 рабочей программы.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- знать особенности организации эксплуатационной работы на железнодорожной станции с точки зрения концепции маркетинга.
- знать особенности организации грузовой и коммерческой деятельности в сфере грузовых перевозок на железнодорожной станции с точки зрения концепции маркетинга.
- уметь организовывать маркетинговые исследования для выявления потребностей клиентов.
- владеть навыками контроля исполнения договоров по предоставлению услуг транспортного обслуживания клиентам.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

Компетенция	Индикатор компетенции
ПК-4: Руководство деятельностью подразделений железнодорожного вокзального комплекса	ПК-4.1.4 Знает правила делового этикета, порядок и принципы ведения переговоров с клиентами
	ПК-4.2.5 Умеет пользоваться стратегическими и тактическими принципами ведения переговоров, методами управления и предупреждения межличностных и межгрупповых конфликтов;
	ПК-4.3.5 Владеет навыками: межличностного делового общения и ведения переговоров; умения проявлять тактичность; разрешения конфликтных ситуаций; принятия решений; применять мотивационные программы; критически, стратегически и творчески мыслить; умения завоевывать доверие коллег, партнеров и вышестоящего руководства
ПК-6: Организация маркетинговых исследований для удовлетворения потребностей клиентов	ПК-6.1.2 Знает маркетинг грузовых перевозок, принципы маркетинга в области продаж и/или закупок
	ПК-6.1.5 Знает организацию и экономику железнодорожных перевозок для организации маркетинговых исследований с целью удовлетворения потребностей клиентов
	ПК-6.1.6 Знает нормативные акты по финансово-хозяйственной деятельности структурных подразделений в области организации маркетинговых исследований с целью удовлетворения потребностей клиентов минимальных затратах

	ПК-6.2.6 Умеет пользоваться источниками правового регулирования коммерческой деятельности, финансово-хозяйственной деятельностью; анализировать договоры, регулирующие отношения на транспорте; применять нормативные акты для организации маркетинговых исследований
	ПК-6.3.6 Владеет навыками применения принципов, приоритетов, организационно-правовых методов реализации коммерческого права; теоретическими и практическими навыками применения законодательных норм в практической деятельности, а также для маркетинговых исследований
ПК-7: Контроль исполнения договоров по предоставлению услуг транспортного обслуживания клиентам	ПК-7.1.2 Знает алгоритм предоставления услуг транспортного обслуживания клиентам

4. Содержание и структура дисциплины

1. Роль, функции, основные понятия маркетинга.
2. Маркетинговые информационные системы и маркетинговые исследования.
3. Планирование товара.
4. Планирование товародвижения и сбыта.
5. Планирование продвижения.
6. Планирование цен.

5. Объем дисциплины и виды учебной работы

Объем дисциплины – 3 зачетных единицы (108 час.), в том числе:

для очной формы обучения

лекции – 32 часов;

практические занятия – 16 часов;

самостоятельная работа – 56 часов;

контроль – 4 часа.

форма контроля знаний – зачет.

для заочной формы обучения

лекции – 8 часа;

практические занятия – 4 часа;

самостоятельная работа – 92 час;

контроль – 4 часов;

форма контроля знаний – контрольная работа, зачет.