АННОТАЦИЯ

Дисциплины

*Б1.В.25* «МАРКЕТИНГ НА ТРАНСПОРТЕ*»*

Для направления подготовки 38.03.01«Экономика»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр.

Профиль – «Экономика и управление транспортно-логистическим бизнесом»

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины является изучение основ маркетинга и применения маркетинговых инструментов на транспорте.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

- изучение маркетинговых инструментов и особенностей их применения на транспорте;

- формирование умений анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность транспортной организации.

**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-2 Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации | ПК-2.2.4 Умеет выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартамиПК-2.3.2 Имеет навыки по выбору и применению статистических, экономико-математических методов и маркетингового исследования количественных и качественных показателей деятельности организацииПК-2.3.4 Имеет навыки по расчету влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организации |
| ПК-4 Организация работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг | ПК-4.1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых инструментовПК-4.2.1 Умеет оперативно проводить анализ рынка подрядчиков в условиях недостаточности информацииПК-4.3.1 Имеет навыки по мониторингу рынка подрядчиков |

**4. Содержание и структура дисциплины**

* + - 1. Роль и функции маркетинга в современной экономике. Маркетинговая среда транспортного предприятия.
			2. Маркетинговые информационные системы.
			3. Планирование продукта в транспортном маркетинге.
			4. Структура маркетингового обеспечения транспортного предприятия

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

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

лекции – 32 час.

практические занятия – 16 час.

самостоятельная работа – 40 час.

Форма контроля знаний - зачет