АННОТАЦИЯ

дисциплины

Б1.В.05 «МАРКЕТИНГ»

Специальность – 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог».

Квалификация выпускника – Инженер путей сообщения.

Специализации – «Пассажирский комплекс железнодорожного транспорта».

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

Дисциплина «Маркетинг» (Б1.В.05) относится части, формируемой участниками образовательных отношений.

**2. Цель и задачи дисциплины**

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

* знать вопросы организации эксплуатационной работы на железнодорожной станции с точки зрения маркетинга.
* знать вопросы организации грузовой и коммерческой деятельности в сфере грузовых перевозок на железнодорожной станции с точки зрения маркетинговой концепции.
* уметь руководить деятельностью подразделений железнодорожного вокзального комплекса с точки зрения маркетинговой концепции.
* уметь координировать деятельность подразделений железнодорожного вокзального комплекса с точки зрения маркетинговой концепции.
* владеть навыками контроля качества обслуживания пассажиров и посетителей железнодорожного вокзального комплекса с помощью маркетинговых исследований.

**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-1: Организация эксплуатационной работы на железнодорожной станции | ПК-1.1.6 Знает экономику, организацию производства, труда и управления.  ПК-1.2.1 Умеет анализировать данные, связанные с выполнением показателей производственно-хозяйственной деятельности на железнодорожной станции. |
| ПК-4: Руководство деятельностью подразделений железнодорожного вокзального комплекса | ПК-4.1.1 Знает правила перевозок и правила оказания услуг по перевозкам на железнодорожном транспорте пассажиров, а также груза, багажа и грузобагажа. |

**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 – 4 часа;

практические занятия – 4 часа;

самостоятельная работа – 96 час;

контроль – 4 часов;

форма контроля знаний –контрольная работа, зачет.