АННОТАЦИЯ

дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 «МАРКЕТИНГ»

Специальность – 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог».

Квалификация выпускника – Инженер путей сообщения.

Специализации: «Грузовая и коммерческая работа».

**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 основы организации эксплуатационной работы на железнодорожной станции с точки зрения концепции маркетинга.
* знать этапы и методы проведения маркетинговых исследований в сфере организации грузовой и коммерческой деятельности в сфере грузовых перевозок на железнодорожной станции.
* уметь организовывать маркетинговые исследования для выявления случаев несохранности перевозимого груза в подразделении организации железнодорожного транспорта.
* владеть навыками планирования и проведения маркетинговых исследований комплекса маркетинга в подразделении организации железнодорожного транспорта для совершенствования технологии расследования и рассмотрения коммерческих актов и претензий.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

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

| **Индикаторы достижения компетенций** | **Результаты обучения по дисциплине** |
| --- | --- |
| **ПК-4. Проведение маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей, расположенных в зоне закрепленного региона** | |
| ПК-4.1.3 Знает маркетинг и статистику в объеме, необходимом для проведения маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей, расположенных в зоне закрепленного региона | Обучающийся *знает*:  –функции и задачи маркетинга в сфере транспортного обслуживания грузоотправителей и грузополучателей,  – элементы комплекса маркетинга и его специфику в транспортной отрасли,  – правила сбора и анализа статистических данных элементов комплекса маркетинга,  – цели и методы проведения маркетинговых исследований в сфере транспортного обслуживания грузоотправителей и грузополучателей,  – методы анализа результатов исследований элементов комплекса маркетинга в транспортной отрасти. |
| ПК-4.2.3 Умеет осуществлять процедуры сортировки, оценки и распределения необходимой своевременной и достоверной маркетинговой информации по результатам исследований при проведении маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей, расположенных в зоне закрепленного региона | Обучающийся *умеет:*  – планировать маркетинговые исследования в сфере транспортного обслуживания для выявления потребностей клиентов и рыночной конъюнктуры,  – собирать и классифицировать достоверную и своевременную информацию при проведении маркетинговых исследований в транспортной отрасли,  – анализировать информацию, собранную в рамках маркетинговых исследований,  – составлять отчеты по результатам проведенных маркетинговых исследований в транспортной отрасли. |
| ПК-4.2.5 Умеет использовать информацию как из отечественных, так и зарубежных источников для проведения маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей | Обучающийся *умеет*:  – отбирать источники вторичной информации для проведения маркетинговых исследований элементов комплекса маркетинга в транспортной отрасли,  – собирать первичную информацию в рамках маркетинговых исследований элементов комплекса маркетинга по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей. |
| ПК-4.3.7 Владеет методами подготовки отчетности о проводимых маркетинговых исследованиях | Обучающийся *владеет*:  – навыками планирования маркетинговых исследований маркетингового комплекса транспортной отрасли,  – навыками сбора первичной и вторичной информации в транспортной отрасли,  – методами проведения маркетинговых исследований комплекса маркетинга в сфере транспортного обслуживания,  – методами подготовки отчетов по результатам проведения маркетинговых исследований комплекса маркетинга в транспортной отрасли. |

**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.