

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Иркутский государственный университет путей сообщения»

Красноярский институт железнодорожного транспорта

– филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Иркутский государственный университет путей сообщения»
(КРИЖТ ИрГУПС)

УТВЕРЖДЕНА

приказ ректора

от «08» мая 2020 г. № 268-1

Б1.В.13 Транспортный маркетинг

рабочая программа дисциплины

Направление подготовки – 23.03.01 Технология транспортных процессов

Профиль подготовки - Логистика и менеджмент на транспорте

Программа подготовки – прикладной бакалавриат

Квалификация выпускника – бакалавр

Форма обучения – очная

Нормативный срок обучения – 4 года

Кафедра-разработчик программы – «Управление персоналом»

Общая трудоемкость в з.е. – 2

Часов по учебному плану – 72

Формы промежуточной аттестации в семестрах:

зачет – 5

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	5	Итого
Число недель в семестре	18	
Вид занятий	Часов по учебному плану	Часов по учебному плану
Аудиторная контактная работа по видам учебных занятий	36	36
- лекции	18	18
- практические	18	18
Самостоятельная работа	36	36
Зачет		
Итого	72	72

КРАСНОЯРСК

Электронный документ выгружен из ЕИС ФГБОУ ВО ИрГУПС и соответствует оригиналу

Подписант ФГБОУ ВО ИрГУПС Трофимов Ю.А.

00a73c5b7b623a969ccad43a81ab346d50 с 08.12.2022 14:32 по 02.03.2024 14:32 GMT+03:00

Подпись соответствует файлу документа



Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов» (уровень бакалавриата), утвержденным Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.03.2015 г. № 165.

Программу составил:

канд. пед. наук, доцент, доцент

Н.А. Анисимова

Рабочая программа дисциплины обсуждена и рекомендована к применению в образовательном процессе для обучения обучающихся по направлению подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов» на заседании кафедры «Управление персоналом». Протокол от «12» марта 2020 г. № 8

Зав. кафедрой канд. тех. наук, доцент

В.О. Колмаков

Согласовано

Кафедра «Эксплуатация железных дорог», протокол от «17» марта 2020 г. № 9

И.о. зав. кафедрой, канд. техн. наук

Е.М. Лыткина

1 ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1 Цели освоения дисциплины	
1	формирование теоретической основы знаний в области рынка транспортных услуг, понимания сущности и роли экономических явлений и процессов, происходящих на уровне предприятий транспортной отрасли в условиях рыночной экономики в России
2	формирование социально-личностных характеристик студента, отражающих современные требования к личности; экономического мышления, стремления к исследованию, добросовестности, энергичности, мотивации и понимания социальной ответственности своих действий
1.2 Задачи освоения дисциплины	
1	изучить характер потребительского спроса и освоить методы прогнозирования поведения потребителей транспортных услуг на рынке
2	научиться определять пути повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения методами транспортного маркетинга
3	ознакомиться с эффективными способами воздействия на потребителя, повышения его интереса к услугам
1.3 Цель воспитания и задачи воспитательной работы в рамках дисциплины	
Профессионально-трудовое воспитание обучающихся	
Цель профессионально-трудового воспитания – формирование у обучающихся осознанной профессиональной ориентации, понимания общественного смысла труда и значимости его для себя лично, ответственного, сознательного и творческого отношения к будущей деятельности, профессиональной этики, способности предвидеть изменения, которые могут возникнуть в профессиональной деятельности, и умению работать в изменённых, вновь созданных условиях труда.	
Цель достигается по мере решения в единстве следующих задач:	
– формирование сознательного отношения к выбранной профессии;	
– воспитание чести, гордости, любви к профессии, сознательного отношения к профессиональному долгу, понимаемому как личная ответственность и обязанность;	
– формирование психологии профессионала;	
– формирование профессиональной культуры, этики профессионального общения;	
– формирование социальной компетентности и другие задачи, связанные с имиджем профессии и авторитетом транспортной отрасли	

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
1	Б1.Б.08 Маркетинг
2	Б1.В.10 Транспортно-экспедиционное обслуживание
3	Б1.Б.29 Транспортная инфраструктура
2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:	
1	Б1.В.ДВ.10.01 Сервис на транспорте
2	Б2.В.02(П) Производственная - по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
3	Б2.В.03(Пд) Производственная - преддипломная
4	Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты

3 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
ПК-7: способностью к поиску путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	частично принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
Уметь	фрагментарно использовать принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
Владеть	частично навыками использования принципов поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
Базовый уровень освоения компетенции	

Знать	в основном принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
Уметь	в основном использовать принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
Владеть	в основном навыками использовать принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	в полном объеме принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
Уметь	в целом использовать принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
Владеть	в полной мере навыками использования принципов поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
ПК-13: способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения	
Минимальный уровень освоения компетенции	
Знать	частично принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
Уметь	фрагментарно использовать принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
Владеть	частично навыками использования принципов выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
Базовый уровень освоения компетенции	
Знать	в основном принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
Уметь	в основном использовать принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
Владеть	в основном навыками использовать принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
Высокий уровень освоения компетенции	
Знать	в полном объеме принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
Уметь	в целом использовать принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
Владеть	в полной мере навыками использования принципов выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать	
1	методы прогнозирования поведения потребителей транспортных услуг на рынке
2	методы определения потенциальной емкости рынка транспортных предприятий
3	методы реализации транспортных услуг в условиях конкретного рынка
Уметь	
1	оценивать риски и производить выбор логистического посредника в цепи поставок
2	определять влияние логистических решений на экономические показатели деятельности предприятия
3	разрабатывать альтернативные варианты подсистем управления в логистической системе
4	определять главных конкурентов транспортной компании на рынке, выявлять их слабые и сильные стороны
Владеть:	
1	способами воздействия на потребителя, повышения его интереса к услугам

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ					
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часы	Код компетенции	Учебная литература, ресурсы сети Интернет
1.0	Раздел 1 Организация эффективной работы на объекте транспорта. Разработка и внедрение рациональных приемов работы с клиентом				
1.1	Введение в маркетинг /Лек/	5	6	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.2	Введение в маркетинг /Пр/	5	6	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.3	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям, изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу, выполнение домашнего задания /Ср/	5	9	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.4	Основные положения концепции транспортного маркетинга /Лек/	5	4	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.5	Основные положения концепции транспортного маркетинга /Пр/	5	4	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.6	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям, изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу, выполнение домашнего задания /Ср/	5	9	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
2.0	Раздел 2 Модель поведения потребителей				
1.7	Управление маркетингом на транспорте /Лек/	5	4	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.8	Управление маркетингом на транспорте /Пр/	5	4	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.9	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям, изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу, выполнение домашнего задания /Ср/	5	9	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
3.0	Раздел 3. Система маркетинговых исследований транспортного рынка				
1.10	Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях /Лек/	5	4	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.11	Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях /Пр/	5	4	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3
1.12	Проработка лекционного материала, подготовка к практическим занятиям, изучение теоретического материала, выносимого на самостоятельную работу, выполнение домашнего задания /Ср/	5	9	ПК-7 ПК-13	6.1.1.1, 6.1.1.2, 6.1.2.1, 6.1.2.2 6.1.2.3

5 ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
<p>Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разрабатывается в соответствии с Положением о формировании фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации.</p>

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ				
6.1 Учебная литература				
6.1.1 Основная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
6.1.1.1	Б.А. Соловьев	Маркетинг: учебник [Электронный ресурс] – https://znanium.com/read?id=353828	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020	100% онлайн
6.1.1.2	ред. В. Г. Галабурда	Транспортный маркетинг : учеб. пособие для ВУЗов ж.-д. трансп.	Москва : Маршрут, 2006	34
6.1.2 Дополнительная литература				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
6.1.2.1	Абрамов А. П.	Маркетинг на транспорте : учебное пособие.	М. : Желдориздат, 2001	29
6.1.2.2	И.К. Беляевский	Маркетинговое исследование [Электронный ресурс] : информация, анализ, прогноз: Учебное пособие https://new.znanium.com/catalog/product/1054208	Москва : ИНФРА-М, 2020	100% онлайн
6.1.2.3	Т.А. Тультаев	Маркетинг услуг [Электронный ресурс] : учебник. https://new.znanium.com/catalog/product/1070534	Москва : ИНФРА-М, 2020	100% онлайн
6.1.3 Методические разработки				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год издания/ Личный кабинет обучающегося	Кол-во экз. в библиотеке/ 100% онлайн
6.1.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине				
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»				
6.2.1	Электронная библиотека КриЖТ ИрГУПС : сайт. – Красноярск. – URL: http://irbis.krsk.irkups.ru/ . – Режим доступа: после авторизации. – Текст: электронный.			
6.2.2	Электронная библиотека «УМЦ ЖДТ» : электронно-библиотечная система : сайт / ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте». – Москва, 2013. – URL: http://umczdt.ru/books/ . – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.			
6.2.3	Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «ЗНАНИУМ». – Москва. 2011 – 2020. – URL: http://new.znanium.com . – Режим доступа : по подписке. – Текст: электронный.			
6.2.4	Образовательная платформа Юрайт : электронная библиотека : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва. – URL: https://urait.ru/ . – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.			
6.2.5	Лань : электронно-библиотечная система : сайт / Издательство Лань. – Санкт-Петербург, 2011. – URL: http://e.lanbook.com . – Режим доступа : по подписке. – Текст: электронный.			
6.2.6	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» : электронная библиотека : сайт / ООО «Директ-Медиа». – Москва, 2001. – URL: http://biblioclub.ru/ . – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.			
6.2.7	Национальная электронная библиотека : федеральный проект : сайт / Министерство Культуры РФ. – Москва, 2016 – . – URL: https://rusneb.ru/ . – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный.			
6.2.8	Российские железные дороги : официальный сайт / ОАО «РЖД». – Москва, 2003 – . – URL: http://www.rzd.ru/ . – Текст: электронный.			
6.3 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)				
6.3.1 Перечень базового программного обеспечения				
6.3.1.1	Microsoft Windows Vista Business Russian, авторизационный номер лицензиата 64787976ZZS1011, номер лицензии 44799789.			
6.3.1.2	Microsoft Office Standard 2013 Russian OLP NL Academic Edition (дог №2 от 29.05.2014 – 100 лицензий; дог №0319100020315000013-00 от 07.12.2015 – 87 лицензий).			
6.3.2 Перечень специализированного программного обеспечения				
6.3.2.1	Не используется			
6.3.3 Перечень информационных справочных систем				

6.3.3.1	Консультант Плюс : справочно-правовая система : база данных / Региональные информационные центры КонсультантПлюс ООО ИЦ «ИСКРА». – Москва, 1992. – Режим доступа: из локальной сети вуза. – Текст : электронный.
6.3.3.2	Гарант : справочно-правовая система : база данных / ООО «ИПО «ГАРАНТ». – Режим доступа : из локальной сети вуза. – Текст : электронный.
6.4 Правовые и нормативные документы	
6.4.1	Не используется

7 ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА	
7.1	Корпуса А, Л, Т, Н КриЖТ ИрГУПС находятся по адресу г. Красноярск, ул. Новая Заря, д. 2И
7.2	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения (ноутбук, проектор, экран), служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа имеются учебно-наглядные пособия (презентации, плакаты, таблицы), обеспечивающие тематические иллюстрации содержания дисциплины. Мультимедийная аппаратура, электронные презентации, видеоматериалы, доска, мел, видеофильмы, презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук), наглядные пособия (презентации).
7.3	Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду КриЖТИрГУПС. Помещения для самостоятельной работы обучающихся: – читальный зал библиотеки; – учебная аудитория А-307; – компьютерные классы Л-203, А-224, А-409, Т-5, Т-46.
7.4	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования А-307.

8 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	
Вид учебной деятельности	Организация учебной деятельности обучающегося
Лекционные занятия	<p>При написании конспекта лекций необходимо кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки. Особое внимание необходимо уделить обобщению материала и выводам; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. При проработке материалов лекций обучающимся необходимо самостоятельно осуществить проверку актуального содержания терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников со составлением таблицы толкований, составляя при этом сборник понятий с указанием источников.</p> <p>Обучающемуся необходимо обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, то необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим вопросам и понятиям:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Транспортный маркетинг – Организация эффективной работы на объекте транспорта – Разработка и внедрение рациональных приемов работы с клиентом – Основные положения концепции транспортного маркетинга – Модель поведения потребителей – Управление маркетингом на транспорте – Система маркетинговых исследований транспортного рынка – Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях и др.

Практические занятия	<p>Практическое занятие – это форма организации учебного процесса, предполагающая раскрытие студентами на основе изученной литературы сущности вопросов, выносимых на обсуждение.</p> <p>Практические занятия призваны углублять, расширять, детализировать знания, полученные на лекции в обобщенной форме и содействовать выработке навыков общекультурной и речевой деятельности. Практические (семинарские) занятия развивают научное мышление и речь, позволяют проверить знания обучающихся и выступают как средство оперативной обратной связи.</p> <p>Для того чтобы практические занятия приносили максимальную пользу, необходимо помнить, что они проводятся по вычитанному на лекциях материалу и связаны, как правило, с детальным разбором отдельных вопросов лекционного курса. Только после усвоения лекционного материала с определенной точки зрения он будет закрепляться на практических занятиях как в результате обсуждения и анализа лекционного материала, так и с помощью решения практических ситуаций. При этих условиях студент не только хорошо усвоит материал, но и научится применять его на практике, а также получит дополнительный стимул для активной проработки лекции.</p> <p>Контроль текущей успеваемости студентов осуществляется преподавателем, ведущим практические занятия, по следующим показателям:</p> <ul style="list-style-type: none"> – посещаемость практических занятий;
Самостоятельная работа	<p>Цели самостоятельной работы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – стимулирование познавательного интереса; – закрепление и углубление полученных знаний и навыков; – развитие познавательных способностей и активности студентов, самостоятельности, ответственности и организованности; – подготовка к предстоящим занятиям; – формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации; – формирование культуры умственного труда и самостоятельности в поиске и приобретении новых знаний и умений, и, в том числе, формирование компетенций. <p>Традиционные формы самостоятельной работы студентов следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работа с конспектом лекции, т.е. дополнение конспекта учебным материалом (учебника, учебного пособия, первоисточника, дополнительной литературы, нормативных документов и материалом электронного ресурса и сети Интернет); – чтение текста (учебника, учебного пособия, первоисточника, дополнительной литературы); – конспектирование текста (работа со справочниками, нормативными документами); – составление плана и тезисов ответа; – подготовка сообщений на семинаре; – ответы на контрольные вопросы; – решение задач; – подготовка к практическому занятию; – подготовка к тестированию.
<p>Комплекс учебно-методических материалов по всем видам учебной деятельности, предусмотренным рабочей программой дисциплины, размещен в электронной информационно-образовательной среде КрИЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет и Электронную библиотеку (ЭБ КрИЖТ ИрГУПС) http://irbis.krsk.igups.ru</p>	

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации по дисциплине
Б1.В.13 Транспортный маркетинг

1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Дисциплина «Транспортный маркетинг» участвует в формировании компетенций:

ПК-7: способностью к поиску путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов

ПК-13: способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения.

Таблица траекторий формирования у обучающихся компетенций ПК-7, ПК-13 при освоении образовательной программы (очная форма обучения)

Код компетенции	Наименование компетенции	Индекс и наименование дисциплин, практик, участвующих в формировании компетенции	Семестр изучения дисциплины	Этапы формирования компетенции
ПК-7	способностью к поиску путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения	Б1.Б.29 Транспортная инфраструктура	2	1
		Б1.В.10 Транспортно-экспедиционное обслуживание	6	2
		Б2.В.02(П) Производственная - по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	6	2
		Б1.Б.08 Маркетинг	7	3
		Б1.В.ДВ.10.01 Сервис на транспорте	8	4
		Б2.В.03(Пд) Производственная - преддипломная	8	4
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты Б3.Б.01	8	4
ПК-13	способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения	Б1.Б.29 Транспортная инфраструктура	2	1
		Б1.В.10 Транспортно-экспедиционное обслуживание	6	2
		Б2.В.02(П) Производственная - по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	6	2
		Б1.Б.08 Маркетинг	7	3
		Б1.В.ДВ.10.01 Сервис на транспорте	8	4
		Б2.В.03(Пд) Производственная - преддипломная	8	4
		Б3.Б.01 Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты Б3.Б.01	8	4

Таблица соответствия уровней освоения компетенций ПК-7, ПК-13 планируемым результатам обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование разделов/тем дисциплины	Уровни освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции)
ПК-7	способностью к поиску путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов	Раздел 1 Организация эффективной работы на объекте транспорта. Разработка и внедрение рациональных приемов работы с клиентом Раздел 2 Модель поведения потребителей Раздел 3. Система маркетинговых исследований транспортного рынка	Минимальный уровень	Знать частично принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
				Уметь фрагментарно использовать принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов Владеть частично навыками

	распределения			использования принципов принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
			Базовый уровень	Знать в основном принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
				Уметь в основном использовать поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
				Владеть в основном навыками использовать принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
			Высокий уровень	Знать в полном объеме принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
				Уметь в целом использовать принципы поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
				Владеть в полной мере навыками использования принципов поиска путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов
ПК-13	способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения	Раздел 1 Организация эффективной работы на объекте транспорта. Разработка и внедрение рациональных приемов работы с клиентом Раздел 2 Модель поведения потребителей Раздел 3. Система маркетинговых исследований транспортного рынка	Минимальный уровень	Знать частично принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
				Уметь фрагментарно использовать принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
				Владеть частично навыками использования принципов выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
			Базовый уровень	Знать в основном принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
				Уметь в основном использовать принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного

				подразделения
				Владеть в основном навыками использовать принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
				Знать в полном объеме принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
				Уметь в целом использовать принципы выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения
			Высокий уровень	Владеть в полной мере навыками использования принципов выполнения работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения

**Программа контрольно-оценочных мероприятий
за период изучения дисциплины
(очная форма обучения)**

№	Неделя	Наименование контрольно-оценочного мероприятия	Объект контроля (понятие/тем/раздел и т.д. дисциплины)	Код индикатора достижения компетенции	Наименование оценочного средства (форма проведения)
5 семестр					
1	1–6	Текущий контроль	Раздел 1 Организация эффективной работы на объекте транспорта. Разработка и внедрение рациональных приемов работы с клиентом	ПК-7 ПК-13	Конспект лекций (письменно) Собеседование (устно) Тестирование (компьютерные технологии)
2	7–12	Текущий контроль	Раздел 2 Модель поведения потребителей	ПК-7 ПК-13	Конспект лекций (письменно) Собеседование (устно) Тестирование (компьютерные технологии)
3	13–17	Текущий контроль	Раздел 3. Система маркетинговых исследований транспортного рынка	ПК-7 ПК-13	Конспект лекций (письменно) Собеседование (устно) Тестирование (компьютерные технологии)
4	18	Форма промежуточной аттестации – зачет	Раздел 1 Организация эффективной работы на объекте транспорта. Разработка и внедрение рациональных приемов работы с клиентом Раздел 2 Модель поведения потребителей Раздел 3. Система маркетинговых исследований транспортного рынка	ПК-7 ПК-13	Тестирование (компьютерные технологии)

**2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций
на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация

обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Текущий контроль успеваемости – основной вид систематической проверки знаний, умений, навыков обучающихся. Задача текущего контроля – оперативное и регулярное управление учебной деятельностью обучающихся на основе обратной связи и корректировки. Результаты оценивания учитываются в виде средней оценки при проведении промежуточной аттестации.

Для оценивания результатов обучения используется четырехбалльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» и/или двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Перечень оценочных средств, используемых для оценивания компетенций на различных этапах их формирования, а также краткая характеристика этих средств приведены в таблице

№	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Конспект лекции	Средство, позволяющее формировать и оценивать способность обучающегося к восприятию, обобщению и анализу информации. Может быть использовано для оценки знаний и умений обучающихся	Темы конспектов по темам
2	Собеседование	Средство контроля на практическом занятии, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Может быть использовано для оценки знаний обучающихся	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	Тестирование	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Типовые тестовые задания
4	Зачет	Средство, позволяющее оценить знания, умения, навыки и (или) опыта деятельности обучающегося по дисциплине. Может быть использовано для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся	Типовые тестовые задания

Критерии и шкалы оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета, а также шкала для оценивания уровня освоения компетенций

Шкалы оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Правильно выполнил практические задания. Показал отличные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы	Высокий
	Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Показал хорошие умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Базовый
	Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Показал удовлетворительные умения и владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Минимальный
«не зачтено»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений при решении задач в рамках учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенции не сформированы

Критерии и шкала оценивания тестовых заданий при промежуточной аттестации в форме зачета

Шкала оценивания	Критерии оценивания
«зачтено»	Обучающийся верно ответил на 70 % и более тестовых заданий при прохождении тестирования
«не зачтено»	Обучающийся верно ответил на 69 % и менее тестовых заданий при прохождении тестирования

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Критерии и шкала оценивания – конспект лекций

Шкала оценивания		Критерии оценивания
«отлично»	«зачтено»	Конспект полный. В конспектируемом материале выделена главная и второстепенная информация. Установлена логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены с выводом, дана геометрическая иллюстрация. Приведены примеры
«хорошо»		Конспект полный. В конспектируемом материале выделена главная и второстепенная информация. Установлена не в полном объеме логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены без вывода, частично дана геометрическая иллюстрация. Примеры приведены частично
«удовлетворительно»		Конспект не полный. В конспектируемом материале не выделена главная и второстепенная информация. Не установлена логическая связь между элементами конспектируемого материала. Даны определения основных понятий; основные формулы приведены без вывода, нет геометрической иллюстрации. Примеры отсутствуют
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Конспект не удовлетворяет ни одному из критериев, приведенных выше

Критерии и шкала оценивания собеседования

Шкала оценивания		Критерий оценки
«отлично»	«зачтено»	Глубокое и прочное усвоение программного материала. Полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания. Обучающийся свободно справляется с поставленными задачами, может обосновать принятые решения, демонстрирует владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ
«хорошо»		Знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний, владение необходимыми навыками при выполнении практических задач
«удовлетворительно»		Обучающийся демонстрирует усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе недостаточно правильные формулировки, нарушение последовательности в изложении программного материала, затруднения в выполнении практических заданий Слабое знание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практических работ
«неудовлетворительно»	«не зачтено»	Не было попытки выполнить задание

Критерии и шкала оценивания тестирования

Шкала оценивания		Критерии оценивания
«отлично»	«зачтено»	Обучающийся верно ответил на 90 – 100 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«хорошо»		Обучающийся верно ответил на 80 – 89 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«удовлетворительно»		Обучающийся верно ответил на 70 – 79 % тестовых заданий при прохождении тестирования
«не удовлетворительно»	«не зачтено»	Обучающийся верно ответил на 69 % и менее тестовых заданий при прохождении тестирования

**3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые
для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности,
характеризующих этапы формирования компетенций
в процессе освоения образовательной программы**

3.1 Типовые контрольные задания по написанию конспекта

Темы конспектов, предусмотренных рабочей программой дисциплины:

Раздел 1. Организация эффективной работы на объекте транспорта. Разработка и внедрение рациональных приемов работы с клиентом

1 Введение в маркетинг

Учебная литература:

1. Абрамов, А.П. Маркетинг на транспорте / А. П. Абрамов, В. Г. Галабурда, Е. А. Иванова ; ред. В. Г. Галабурда. - М. : Желдориздат, 2001. - 329 с. - (Высш. проф. образование). - ISBN 5-94069-019-X : 77.00 р. - Текст : непосредственный.

2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>

3. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078335>

4. Транспортный маркетинг : учеб. пособие для ВУЗов ж.-д. трансп. / ред. В. Г. Галабурда. - М. : Маршрут, 2006. - 456 с. - (Высш. проф. образование. Экономика и управление на предприятии (ж.-д. трансп.)). - ISBN 5-89035-380-2 : 99.00 р. - Текст : непосредственный.

5. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 208 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005021-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1070534>

Тема 1.2 Основные положения концепции транспортного маркетинга

Учебная литература:

1. Абрамов, А.П. Маркетинг на транспорте / А. П. Абрамов, В. Г. Галабурда, Е. А. Иванова ; ред. В. Г. Галабурда. - М. : Желдориздат, 2001. - 329 с. - (Высш. проф. образование). - ISBN 5-94069-019-X : 77.00 р. - Текст : непосредственный.

2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>

3. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078335>

4. Транспортный маркетинг : учеб. пособие для ВУЗов ж.-д. трансп. / ред. В. Г. Галабурда. - М. : Маршрут, 2006. - 456 с. - (Высш. проф. образование. Экономика и управление на предприятии (ж.-д. трансп.)). - ISBN 5-89035-380-2 : 99.00 р. - Текст : непосредственный.

5. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 208 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005021-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1070534>

Раздел 2. Модель поведения потребителей

Тема 2.1 Управление маркетингом на транспорте

Учебная литература:

1. Абрамов, А.П. Маркетинг на транспорте / А. П. Абрамов, В. Г. Галабурда, Е. А. Иванова ; ред. В. Г. Галабурда. - М. : Желдориздат, 2001. - 329 с. - (Высш. проф. образование). - ISBN 5-94069-019-X : 77.00 р. - Текст : непосредственный.

2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>
3. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078335>
4. Транспортный маркетинг : учеб. пособие для ВУЗов ж.-д. трансп. / ред. В. Г. Галабурда. - М. : Маршрут, 2006. - 456 с. - (Высш. проф. образование. Экономика и управление на предприятии (ж.-д. трансп.)). - ISBN 5-89035-380-2 : 99.00 р. - Текст : непосредственный.
5. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 208 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005021-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1070534>

Раздел 3. Система маркетинговых исследований транспортного рынка

Тема 3.1 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях

Учебная литература:

1. Абрамов, А.П. Маркетинг на транспорте / А. П. Абрамов, В. Г. Галабурда, Е. А. Иванова ; ред. В. Г. Галабурда. - М. : Желдориздат, 2001. - 329 с. - (Высш. проф. образование). - ISBN 5-94069-019-X : 77.00 р. - Текст : непосредственный.
2. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз : учебное пособие / И. К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2020. - 392 с. - ISBN 978-5-905554-08-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1054208>
3. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник / Б.А. Соловьев, А.А. Мешков, Б.В. Мусатов. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 337 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-003647-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078335>
4. Транспортный маркетинг : учеб. пособие для ВУЗов ж.-д. трансп. / ред. В. Г. Галабурда. - М. : Маршрут, 2006. - 456 с. - (Высш. проф. образование. Экономика и управление на предприятии (ж.-д. трансп.)). - ISBN 5-89035-380-2 : 99.00 р. - Текст : непосредственный.
5. Тультаев, Т. А. Маркетинг услуг : учебник / Т.А. Тультаев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 208 с. — (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-005021-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1070534>

3.2 Перечень вопросов при собеседовании

Раздел 1 Организация эффективной работы на объекте транспорта.

Разработка и внедрение рациональных приемов работы с клиентом

- 1 Сущность, принципы и функции общего маркетинга.
- 2 Система маркетинговой деятельности на предприятии.
- 3 Сущность, основные понятия и принципы транспортного маркетинга.
- 4 Окружающая среда маркетинга транспортных предприятий.
- 5 Особенности управления маркетингом на транспорте.
- 6 Система фирменного транспортного обслуживания на железнодорожном транспорте.
- 7 Маркетинговые обследования районов тяготения транспортных предприятий.

Раздел 2 Модель поведения потребителей

- 8 Маркетинг пассажирских перевозок.
- 9 Концепция планирования перевозок грузов на транспорте в системе маркетинга.
- 10 Прогнозирование и оптимизация перевозок грузов в современных условиях.
- 11 Разработка бизнес-плана транспортного предприятия.
- 12 Определение транспортной обеспеченности и доступности.
- 13 Планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке.
- 14 Определение ценовой эластичности спроса на транспортные услуги.
- 15 Тарифная политика на различных видах транспорта.
- 16 Фирменный стиль и его воздействие на потребителей транспортных услуг.
- 17 Неценовые методы стимулирования спроса на транспортные услуги.
- 18 Определение потока денежных средств и показателей коммерческой эффективности.

- 19 Концепции, виды и типы маркетинга.
- 20 Особенности маркетинга на транспорте.
- 21 Основные функции маркетинга на транспорте.
- 22 Виды конкуренции на транспортном рынке.
- 23 Структура органов управления маркетингом на транспорте.
- 24 Место и роль транспортно-экспедиционного обслуживания в системе маркетинга на транспорте.

Раздел 3. Система маркетинговых исследований транспортного рынка

- 25 Анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам.
- 26 Методы формирования спроса на транспортные услуги.
- 27 Стратегическое планирование работы транспортных предприятий в системе маркетинга.
- 28 Текущее и оперативное планирование перевозок.

3.3 Типовые тестовые задания

Тестирование проводится по окончании и в течение семестра по завершению изучения дисциплины и раздела (контроль/проверка остаточных знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности). Компьютерное тестирование обучающихся по разделам и дисциплине используется при проведении текущего контроля знаний обучающихся. Результаты тестирования могут быть использованы при проведении промежуточной аттестации.

Тесты формируются из фонда тестовых заданий по дисциплине.

Тест (педагогический тест) – это система заданий – тестовых заданий возрастающей трудности, специфической формы, позволяющая эффективно измерить уровень знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся.

Тестовое задание (ТЗ) – варьирующаяся по элементам содержания и по трудности единица контрольного материала, минимальная составляющая единица сложного (составного) педагогического теста, по которой испытуемый в ходе выполнения теста совершает отдельное действие.

Фонд тестовых заданий (ФТЗ) по дисциплине – это совокупность систематизированных диагностических заданий – тестовых заданий (ТЗ), разработанных по всем тематическим разделам (дидактическим единицам) дисциплины (прошедших апробацию, экспертизу, регистрацию и имеющих известные характеристики) специфической формы, позволяющей автоматизировать процедуру контроля.

Типы тестовых заданий:

ЗТЗ – тестовое задание закрытого типа (ТЗ с выбором единственного ответа, ТЗ с множественным выбором нескольких ответов, ТЗ с установлением соответствия между определенными элементами, действиями, событиями, процессами и т.д., ТЗ с установлением правильной последовательности);

ОТЗ – тестовое задание открытого типа (с конструируемым ответом: ТЗ с кратким регламентируемым ответом (ТЗ дополнения); ТЗ свободного изложения (с развернутым ответом в произвольной форме); числовой вопрос).

Структура тестовых материалов по дисциплине «Транспортный маркетинг»

Компетенция	Тема в соответствии с РПД	Содержательный элемент	Характеристика содержательного элемента	Количество тестовых заданий, типы ТЗ
ПК-7: способностью к поиску путей повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев,	Тема 1.1 Введение в маркетинг	Основные понятия	Знание	10– ОТЗ 10 – ЗТЗ
		Организация эффективной работы на объекте транспорта	Умение	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Разработка и внедрение рациональных приемов	Действие	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ

<div>развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения</div> <div>ПК-13: способностью быть в состоянии выполнять работы по одной или нескольким рабочим профессиям по профилю производственного подразделения</div>		работы с клиентом		
	Тема 1.2 Основные положения концепции транспортного маркетинга	Основные понятия	Знание	10– ОТЗ 10 – ЗТЗ
		Особенности транспортного рынка	Умение	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Изучение транспортного продукта и его влияние на транспортный рынок	Действие	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
	Тема 2.1 Управление маркетингом на транспорте	Основные понятия	Знание	10– ОТЗ 10 – ЗТЗ
		Модель поведения потребителей	Умение	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Управление маркетингом на транспорте	Действие	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
	Тема 3.1 Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Основные понятия	Знание	10– ОТЗ 10 – ЗТЗ
		Комплекс маркетинга на транспортных предприятиях	Умение	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
		Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях	Действие	5– ОТЗ 5 – ЗТЗ
Итого				160 80 – ОТЗ 80 – ЗТЗ

Полный комплект ФТЗ хранится в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС и обучающийся имеет возможность ознакомиться с демонстрационным вариантом ФТЗ.

Ниже приведен образец типового варианта итогового теста, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

*Образец типового варианта итогового теста,
предусмотренного рабочей программой дисциплины*

Количество ОТЗ – 9 (50%), ЗТЗ – 9 (50%)

Норма времени – 45 мин.

1. Вставьте пропущенное словосочетание.

_____ – это система организации и управления деятельностью транспортных предприятий, фирм и компаний на основе комплексного изучения рынка транспортных услуг и спроса потребителей в целях создания наилучших экономических условий реализации своей продукции. Основной транспортной продукцией является перемещение товаров и людей и дополнительные услуги, связанные с этим перемещением. *Транспортный маркетинг*

2. Вставьте пропущенное словосочетание.

_____ – это услуги по доставке груза из одного пункта в другой. *Транспортные услуги*

3. Вставьте пропущенное слово.

_____ – это изменение местонахождения грузов при соблюдении принципа экономичности (сокращении стоимостных и временных затрат). *Транспортировка*

4. Вставьте пропущенное словосочетание.

_____ – это совокупность характеристик, субъектов и организационных структур, определяющих условия ведения деятельности предприятия. Это та среда, в которой компания функционирует и с условиями которой считается при принятии решений. Это совокупность активных субъектов и сил, влияющих на возможности руководства предприятия устанавливать и поддерживать нормальные рыночные отношения со своими покупателями. *Маркетинговая среда*

5. Вставьте пропущенное словосочетание.

_____ – это субъекты рынка, помогающие предприятию в продвижении, сбыте и распространении его товаров среди покупателей. Это понятие достаточно широкое, которое включает в себя следующие элементы: торговые посредники, специализированные предприятия по организации товародвижения, предприятия по оказанию маркетинговых услуг, кредитно-финансовые учреждения. *Маркетинговые посредники*

6. . Вставьте пропущенное словосочетание.

_____ – это, как правило, долгосрочный план реализации коммерческих и корпоративных целей компании. В рамках этих задач маркетологи занимаются продвижением бренда на рынок, продажами товаров и услуг, процессами ценообразования. Кроме того, сюда входит работа с клиентами и персоналом. *Маркетинговая стратегия*

7. Вставьте пропущенное словосочетание.

_____ – это совокупность управляемых параметров, переменных маркетинговой деятельности организации, манипулируя которыми она старается наилучшим образом удовлетворить потребности целевых рынков. *Комплекс маркетинга*

8. Вставьте пропущенное словосочетание.

_____ – это маркетинг, направленный на удовлетворение потребностей целевой аудитории через товары и услуги, которые помогают беречь окружающую среду. Главная цель этой деятельности – популяризация экологических продуктов и формирование ответственного потребления у пользователей. *Экологический маркетинг*

9. Вставьте пропущенное словосочетание.

Рынок _____ представляет собой совокупность отношений, которые складываются по поводу организации перевозок пассажиров, грузов и багажа, а также оказания сопутствующих услуг – технического обслуживания и ремонта транспортных средств, логистического сопровождения, обеспечения сохранности объекта перевозки и безопасности движения и т.д. *транспортных услуг*

10. Классификация транспортных услуг. Соотнесите категории транспортных услуг.

Основные.	В эту группу входят перевозки пассажиров и доставка грузов.
Сопутствующие.	К этой категории относятся погрузочно-разгрузочные работы, хранение и экспедирование грузов и т. д.
Дополнительные.	В эту группу входят информационные, маркетинговые и другие мероприятия, которые касаются пассажирских и грузовых перевозок.

11. Классификация логистических компаний. Соотнесите категории компаний, которые имеют отношение к оказанию транспортных услуг.

Складские операторы	Такие организации размещают грузы на собственных или взятых в аренду площадях, формируют заказы, выполняют погрузочно-разгрузочные работы и т. д.
Грузоперевозчики	В эту группу входят компании, которые доставляют груз получателю. Многие грузоперевозчики оказывают услуги по оформлению страховки и заполнению таможенной декларации.
Логистические операторы	Такие компании оказывают полный комплекс транспортных услуг. Логистические операторы берут на себя формирование заказов, доставку и экспедирование грузов, заполнение сопутствующих документов и многое другое.

12. Соотнесите классификацию маркетинговых стратегий по признакам развития.

Концентрированный рост	Рынок сбыта подстраивается под новую продукцию или же товары и услуги модернизируются под характеристики ниши. Зачастую маркетинг направлен на расширение зон влияния одного продукта бренда (горизонтальное увеличение доли рынка), а также на конкурентную борьбу.
Интегрированный рост	Это вид маркетинговой стратегии вертикального развития. То есть расширяется не сам рынок, а структура предприятия. В основе – производство новых видов товаров или услуг, открытие филиалов, сотрудничество с дилерами и партнерами.
Диверсифицированный	Данный вид применим, когда предприятие уже исчерпало ресурсы для продвижения

рост	определенных товаров и услуг на рынке. В этом случае имеет смысл расширять ассортиментную матрицу, выпуская новые или видоизмененные/модернизированные старые продукты
------	--

13. Соотнесите этапы формирования и разработки маркетинговой стратегии предприятия.

Аналитика	Специалисты исследуют особенности рынка, возможности компании и характеристики товаров. Также изучают деятельность конкурентов и потребности целевой аудитории в конкретной нише. При анализе учитываются внешние и внутренние факторы по модели SWOT, где S – сильные стороны (преимущества) бренда/товара; W – слабые стороны (недостатки); O – возможности/ресурсы предприятия; T – внешние угрозы, на которые нельзя повлиять.
Выбор рынка	Определившись с преимуществами и недостатками, ресурсами и УТП компании, необходимо выбрать рынок сбыта. То есть проанализировать спрос и предложение, определить потребность ниши в продукте.
Разработка маркетингового плана	На этом этапе уточняются цели компании в разрезе полученных данных исследований. Далее определяется ценовая политика товара на рынке, методы позиционирования, задачи рекламных кампаний и другие моменты. В итоге всех обсуждений и работ утверждается маркетинговый план фирмы.
Контроль	По каждому этапу реализации стратегии проводится анализ результатов, корректируются задачи, подстраиваются инструменты.

14. Основные принципы маркетинга:

- а) ориентация на потребителя
- б) гибкость и адаптивность
- в) сегментирование рынка
- г) управление по контракту
- д) статичность

15. Основные формы прямого маркетинга включают:

- а) личную продажу
- б) прямую почтовую рассылку
- в) продажу по каталогам
- г) розничную торговлю
- д) оптовую торговлю

16. Основные формы франчайзинга — система ...

- а) розничных франчайзи под эгидой компании сферы услуг
- б) оптовых франчайзи под эгидой компании сферы услуг
- в) розничных франчайзи под эгидой производителя
- г) оптовых франчайзи под эгидой производителя

17. Основные функции маркетинговой логистики:

- а) обработка заказов
- б) складирование
- в) анализ издержек производства
- г) долгосрочное планирование и прогнозирование
- д) позиционирование

18. Основные функции маркетинговой логистики:

- а) управление запасами
- б) транспортировка
- в) разработка уникального предложения
- г) распространение товара
- д) анализ издержек производства

4 Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В таблице приведены описания процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств в соответствии с рабочей программой дисциплины

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения						
Конспект лекции	Преподаватель не менее, чем за неделю до срока выполнения конспекта должен довести до сведения обучающихся тему конспекта и указать необходимую учебную литературу. Темы и перечень необходимой учебной литературы выложены в электронной информационно-образовательной среде КриЖТ ИрГУПС, доступной обучающемуся через его личный кабинет. Конспект должен быть выполнен в установленный преподавателем срок. Конспекты в назначенный срок сдаются на проверку						
Собеседование	Собеседование проводится по темам дисциплины в соответствии с рабочей программой на практическом занятии. Преподаватель на практическом занятии, предшествующем занятию проведения собеседования, доводит до обучающихся вопросы для собеседования по теме занятия и дает перечень литературных источников для подготовки к собеседованию. На занятии-собеседовании преподаватель может самостоятельно выбрать вопрос для собеседования с конкретным студентом или группой студентов из предложенного перечня. В ходе собеседования обучающийся должен показать степень владения темой, знания основных терминов, формул, умение пользоваться категориальным аппаратом и формулами, продемонстрировать навыки владения методами и средствами решения практических задач по теме.						
Тестирование	Тестирования, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся во время практических занятий. Вариантов тестовых заданий по теме не менее пяти. Тестирование по разделу и по дисциплине проводится с использованием компьютерных технологий. В этом случае варианты тестовых заданий формируются случайно из базы ТЗ. Во время выполнения заданий пользоваться учебниками, справочниками, конспектами лекций, тетрадями для практических занятий не разрешено						
Зачет	<p>Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать среднюю оценку по дисциплине по результатам текущего контроля (могут быть учтены результаты итогового тестирования по дисциплине). Так как оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Для чего преподаватель находит среднюю оценку уровня сформированности компетенций у обучающегося, как сумму всех полученных оценок, деленную на число этих оценок.</p> <p style="text-align: center;">Шкала и критерии оценивания компетенций в результате изучения дисциплины при проведении промежуточной аттестации в форме зачета по результатам текущего контроля</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th style="text-align: center;">Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля</th><th style="text-align: center;">Оценка</th></tr> <tr> <td>Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю</td><td style="text-align: center;">«зачтено»</td></tr> <tr> <td>Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю</td><td style="text-align: center;">«не зачтено»</td></tr> </table> <p>Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета, то обучающийся сдает зачет.</p> <p>Зачет проводится в форме тестирования. Фонд тестовых заданий разного уровня сложности обучающиеся получают в начале семестра через электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС (личный кабинет обучающегося).</p>	Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка	Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»	Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»
Средняя оценка уровня сформированности компетенций по результатам текущего контроля	Оценка						
Оценка не менее 3,0 и нет ни одной неудовлетворительной оценки по текущему контролю	«зачтено»						
Оценка менее 3,0 или получена хотя бы одна неудовлетворительная оценка по текущему контролю	«не зачтено»						

Задания, по которым проводятся контрольно-оценочные мероприятия, оформляются в соответствии с положением о формировании фонда оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации, не выставляются в электронную информационно-образовательную среду КриЖТ ИрГУПС, а хранятся на кафедре-разработчике ФОС на бумажном носителе в составе ФОС по дисциплине.