

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПРИВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ»
НИПС-филиал ПривГУПС

УТВЕРЖДЕНА
Ученым советом университета
(протокол от 25.02.2025 №1)

Маркетинг в логистике

рабочая программа дисциплины (модуля)

Специальность 23.05.04 Эксплуатация железных дорог
Специализация Транспортный бизнес и логистика

Квалификация **инженер путей сообщения**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Виды контроля на курсах:
зачет 5

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	5		Итого	
	уп	рп		
Вид занятий				
Лекции	4	4	4	4
Практические	4	4	4	4
Конт. ч. на аттест. в период ЭС	0,15	0,15	0,15	0,15
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8
Контактная работа	8,15	8,15	8,15	8,15
Сам. работа	60	60	60	60
Часы на контроль	3,85	3,85	3,85	3,85
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

RPD NNPS; к.э.н., доцент, Сироткин А.А.

Рабочая программа дисциплины

Маркетинг в логистике

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - специалитет по специальности 23.05.04 Эксплуатация железных дорог (приказ Минобрнауки России от 27.03.2018 г. № 216)

составлена на основании учебного плана: 23.05.04-26-1-ЭЖД-НИПС.plz.plx

Направление подготовки 23.05.04 Эксплуатация железных дорог Направленность (профиль) Транспортный бизнес и логистика

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Техника и технологии железнодорожного транспорта

Зав. кафедрой к.в.н., доцент Семенюк А.В.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель заключается в формировании теоретической основы маркетинговых исследований в логистике, а также умений и навыков, сопряженных с такой основой.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.03.02
-------------------	---------------

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-8 Организация маркетинговых исследований для удовлетворения потребностей клиентов

ПК-8.1 Формулирует задачи по проведению маркетинговых исследований с целью удовлетворения потребностей клиентов

17.057. Профессиональный стандарт "СПЕЦИАЛИСТ ПО ТРАНСПОРТНОМУ ОБСЛУЖИВАНИЮ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16 апреля 2018 г. N 237н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 8 мая 2018 г., регистрационный N 51029)

ПК-8. В. Оказание комплексных транспортных услуг грузоотправителям и грузополучателям, расположенным в зоне закрепленного региона

ПК-8. В. Оказание комплексных транспортных услуг грузоотправителям и грузополучателям, расположенным в зоне закрепленного региона

В/01.6 Проведение маркетинговых исследований по транспортному обслуживанию грузоотправителей и грузополучателей, расположенных в зоне закрепленного региона

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	- сущность, концепцию, элементы маркетинга в логистике
3.1.2	- особенности потребителей рынка логистических услуг как объекта изучения
3.1.3	- специфику маркетинговой информации об участниках рынка логистических услуг
3.1.4	- содержание сегментации, изучения конкуренции, спроса и предложения на рынке логистических услуг
3.2	Уметь:
3.2.1	- определить эффективность мероприятий маркетинга
3.2.2	- проводить сегментацию логистического рынка и формулировать на этой основе соответствующие рекомендации
3.2.3	- разрабатывать стратегию маркетинга для обозначенного нового направления деятельности у логистической компании
3.2.4	- создавать в Microsoft Excel диаграммы Парето по проблемам логистической компании и формулировать рекомендации
3.2.5	- анализировать макросреду (как комплекс факторов, влияющих на функционирование и работу) логистической компании
3.3	Владеть:
3.3.1	- расчета долей освоения рынка грузовых перевозок
3.3.2	- расчета процентного изменения спроса на перевозки
3.3.3	- расчета соотношения спроса и предложения грузоперевозок
3.3.4	- расчета эффективности проведения маркетингового исследования и изменения спроса на перевозки,
3.3.5	- расчета количества транспортных средств соответствующего предложению и спросу и построения диаграмм изменения спроса и предложения на грузоперевозки по показателям

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Примечание
	Раздел 1. Системный подход к маркетингу в логистике			
1.1	Введение в маркетинг в логистике: сущность, концепция, элементы, эволюция (на железнодорожном транспорте) /Лек/	5	1	
1.2	Анализ макросреды (как комплекса факторов, влияющих на функционирование и работу) логистической компании /Пр/	5	0,5	Практическая подготовка
1.3	Создание в MS Excel диаграммы Парето по проблемам логистической компании, формулирование рекомендаций /Пр/	5	0,5	Практическая подготовка
1.4	Маркетинговая информация об участниках рынка логистических услуг: сущность, виды, источники и методы сбора /Лек/	5	1	
1.5	Разработка анкеты для грузовладельцев (сегмент: перевозки в контейнерах железнодорожным и автотранспортом) /Пр/	5	1	Практическая подготовка

	Раздел 2. Процессный взгляд на маркетинг в логистике			
2.1	Маркетинг спроса и предложения на логистические услуги /Лек/	5	1	
2.2	Определение долей освоения рынка грузовых перевозок /Пр/	5	0,5	Практическая подготовка
2.3	Исследование конкуренции на рынке логистических услуг /Лек/	5	1	
2.4	Определение соотношения спроса и предложения на грузовые перевозки, уровня специализации транспортного парка и обеспеченности производственно-технической базой /Пр/	5	0,5	Практическая подготовка
2.5	Расчет количества транспортных средств соответствующего предложению и спросу, построение диаграмм изменения спроса и предложения на грузоперевозки по показателям /Пр/	5	1	Практическая подготовка
	Раздел 3. Самостоятельная работа			
3.1	Потребители рынка логистических услуг как объект изучения: классификация, специфика мотивов покупки, риски /Ср/	5	10	
3.2	Разработка стратегии маркетинга для обозначенного нового направления деятельности логистической компании /Ср/	5	12	
3.3	Стратегическое и тактическое планирование маркетинговых исследований в логистике: определение и содержание /Ср/	5	10	
3.4	Процедура оценки уровня (степени) организации маркетинговой деятельности (работы) в логистической компании /Ср/	5	10	
3.5	Сегментация логистического рынка и разработка комплекса маркетинговых мероприятий для привлечения дополнительных объемов грузов для железнодорожных перевозок /Ср/	5	10	
3.6	Подготовка к лекциям /Ср/	5	4	
3.7	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	5	4	
	Раздел 4. Контактные часы на аттестацию			
4.1	Зачет /КЭ/	5	0,15	

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в приложении к рабочей программе дисциплины.

Формы и виды текущего контроля по дисциплине (модулю), виды заданий, критерии их оценивания, распределение баллов по видам текущего контроля разрабатываются преподавателем дисциплины с учетом ее специфики и доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем дисциплины (модуля), как правило, с использованием ЭИОС или путем проверки письменных работ, предусмотренных рабочими программами дисциплин в рамках контактной работы и самостоятельной работы обучающихся. Для фиксирования результатов текущего контроля может использоваться ЭИОС.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Карасев А. П.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/569590
ЛП.2	Карпова С. В.	Маркетинг: теория и практика: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/559864

ЛП.3	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Методы и практики маркетинговых исследований: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/568762
------	-----------------------------------	---	---------------------	---

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Григорьев М. Н.	Маркетинг: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/559733

Л2.2	Лукичёва Т. А., Воробьева И. В., Лезина Т. А., Колесникова М. Ф., Остапенко В. М., Пецольт К. ..., Молчанов Н. Н.	Маркетинг: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/560612
Л2.3	Ямпольская Д. О., Пилипенко А. И.	Маркетинговый анализ: технология и методы проведения: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/563876

6.2 Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

6.2.1 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

6.2.1.1 Microsoft Office

6.2.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.2.2.1 Справочник грузов: <https://cargo.rzd.ru/ru/9802>

6.2.2.2 Информационно-поисковая система «ТЕХЭКСПЕРТ» <http://техэксперт.рус/>

6.2.2.3 База данных Государственных стандартов <http://gostexpert.ru/>

6.2.2.4 ЭБС ЮРАЙТ <https://urait.ru/>

6.2.2.5 Электронная библиотека Учебно-методического центра по образованию на железнодорожном транспорте (ЭБ УМЦ ЖДТ) <https://umczdt.ru/>

6.2.2.6 ЭБС BOOK.RU <https://book.ru/>

6.2.2.7 Информационная справочная система "Консультант Плюс" <http://www.consultant.ru>

6.2.2.8 ЭИОС "Moodle" <http://moodle.nnsamgups.ru/moodle/>

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование для предоставления учебной информации большой аудитории и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное).

7.2 Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения: мультимедийное оборудование и/или звукоусиливающее оборудование (стационарное или переносное)

7.3 Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.