

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

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 **очная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах:

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	9 (5.1)		Итого	
Неделя	16 5/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Конт. ч. на аттест. в период ЭС	0,15	0,15	0,15	0,15
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32,15	32,15	32,15	32,15
Сам. работа	31	31	31	31
Часы на контроль	8,85	8,85	8,85	8,85
Итого	72	72	72	72

Программу составил(и):

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.pli.plx

Специальность 23.05.04 Эксплуатация железных дорог Специализация 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	- навыками расчета долей освоения рынка грузовых перевозок
3.3.2	- навыками расчета процентного изменения спроса на перевозки
3.3.3	- навыками расчета соотношения спроса и предложения грузоперевозок
3.3.4	- навыками расчета эффективности проведения маркетингового обследования и изменения спроса на перевозки,
3.3.5	- навыками 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/	9	2	
1.2	Анализ макросреды (как комплекса факторов, влияющих на функционирование и работу) логистической компании /Пр/	9	2	Практическая подготовка
1.3	Потребители рынка логистических услуг как объект изучения: классификация, специфика мотивов покупки, риски /Лек/	9	2	
1.4	Создание в MS Excel диаграммы Парето по проблемам логистической компании, формулирование рекомендаций /Пр/	9	2	Практическая подготовка

1.5	Стратегическое и тактическое планирование маркетинговых исследований в логистике: определение и содержание /Лек/	9	2	
1.6	Разработка стратегии маркетинга для обозначенного нового направления деятельности логистической компании /Пр/	9	2	Практическая подготовка
1.7	Маркетинговая информация об участниках рынка логистических услуг: сущность, виды, источники и методы сбора /Лек/	9	2	
1.8	Разработка анкеты для грузовладельцев (сегмент: перевозки в контейнерах железнодорожным и автотранспортом) /Пр/	9	2	Практическая подготовка
1.9	Процедура оценки уровня (степени) организации маркетинговой деятельности (работы) в логистической компании /Лек/	9	2	
	Раздел 2. Процессный взгляд на маркетинг в логистике			
2.1	Маркетинг спроса и предложения на логистические услуги /Лек/	9	2	
2.2	Определение долей освоения рынка грузовых перевозок /Пр/	9	2	Практическая подготовка
2.3	Определение соотношения спроса и предложения на грузовые перевозки, уровня специализации транспортного парка и обеспеченности производственно-технической базой /Пр/	9	2	Практическая подготовка
2.4	Сегментация рынка логистических услуг: основные особенности, проработка рыночных сегментов и взаимосвязь (взаимодействие) с позиционированием логистических услуг /Лек/	9	2	
2.5	Сегментация логистического рынка и разработка комплекса маркетинговых мероприятий для привлечения дополнительных объемов грузов для железнодорожных перевозок /Пр/	9	2	Практическая подготовка
2.6	Исследование конкуренции на рынке логистических услуг /Лек/	9	2	
2.7	Расчет количества транспортных средств соответствующего предложению и спросу, построение диаграмм изменения спроса и предложения на грузоперевозки по показателям /Пр/	9	2	Практическая подготовка
	Раздел 3. Самостоятельная работа			
3.1	Выполнение заданий /Ср/	9	7	
3.2	Подготовка к лекциям /Ср/	9	8	
3.3	Подготовка к практическим занятиям /Ср/	9	16	
	Раздел 4. Контактные часы на аттестацию			
4.1	Зачет /КЭ/	9	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) 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
Л1.1	Чернышева А. М., Якубова Т. Н.	Методы и практики маркетинговых исследований: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/568762
Л1.2	Карасев А. П.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/569590
Л1.3	Карпова С. В.	Маркетинг: теория и практика: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/559864

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	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
Л2.2	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
Л2.3	Григорьев М. Н.	Маркетинг: учебник для вузов	Москва: Юрайт, 2025	https://urait.ru/bcode/559733

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 систем6.2.2.1 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)

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.