

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Попов Анатолий Николаевич
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2021 09:38:59
Уникальный программный ключ:
1e0c38dcc0aee73cee1e5c09c1d5873fc7497bc8

Аннотация рабочей программы дисциплины
специальность 23.05.04 Эксплуатация железных дорог
специализация "Магистральный транспорт"

Дисциплина: Б1.Б.26 Основы маркетинга

Цели освоения дисциплины:

Цель преподавания дисциплины «Основы маркетинга» состоит в подготовке студентов в соответствии с учебным планом.

Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата маркетинга; основных теоретических положений и методов маркетинга, формирование умения анализировать состояние транспортной обеспеченности городов и регионов, организацию и технологии перевозок; использование теоретических управленческих знаний в собственной практической деятельности

Формируемые компетенции:

ПК-24 способность к выполнению анализа состояния транспортной обеспеченности городов и регионов, организации и технологии перевозок, определению потребности в развитии транспортной сети, подвижном составе

ОК-9 способностью понимать и анализировать экономические проблемы и общественные процессы, готовностью быть активным субъектом экономической деятельности

Планируемые результаты обучения:

Знать:

Основную информацию о способах и методах обеспечения конкурентоспособности транспортных предприятий в меняющихся социально-экономических условиях; основные векторы развития транспортной сети

основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства, основные модели экономических модернизаций.

Уметь:

Анализировать, выделять основную информацию транспортной обеспеченности городов и регионов, об организации и технологии перевозок; определять потребность в развитии транспортной отрасли и ПС

при анализе конкретных ситуаций выявлять проблемы экономического характера и предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности

Владеть:

Навыками критической оценки состояния транспортной обеспеченности городов и регионов, организации и технологии перевозок, определения потребности в развитии транспортной сети, ПС

инструментами прогнозирования темпов экономического роста с учетом различных факторов общественного развития

Содержание дисциплины:

Раздел 1.

Основные цель и задачи маркетинга. Этапы развития маркетинга за рубежом. Становление маркетинга в России

Основные концепции управления маркетингом. Цели, задачи и основные принципы маркетинга. Функции маркетинга

Понятие и структура маркетинговой среды. Контролируемые и неконтролируемые факторы маркетинговой среды. Организация маркетинговой службы в организации. Организационные структуры управления службой маркетинга

Изучение спроса и предложения. Ценовая эластичность спроса и методы ее измерения

Основные принципы и критерии сегментации рынка. Стратегии охвата рынка

Поведение потребителей, принципы и методы его изучения. Методы измерения и оценки потребностей. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Моделирование потребительского поведения

Ценовая политика фирм. Факторы, влияющие на выбор ценовой политики

Формирование товарной политики. Факторы, влияющие на формирование товарной политики

Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций в работе на международных рынках. Логистика в маркетинге

Раздел 2. Подготовка к зачету

Виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Используемые образовательные технологии: традиционные и инновационные.

Формы текущего контроля успеваемости: опрос, тестирование, выполнение заданий.

Формы промежуточной аттестации:

для заочной формы обучения: зачет, контрольная работа (3)

Трудоемкость дисциплины: 2 ЗЕ.