



**Федеральное агентство морского и речного транспорта**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Государственный университет морского и речного флота  
имени адмирала С.О. Макарова»**  
**Котласский филиал ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»**

---

Кафедра естественнонаучных и технических дисциплин

## **АННОТАЦИЯ**

Дисциплина Транспортный маркетинг

Направление подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов»

Профиль Организация перевозок и управление на водном транспорте

Уровень высшего образования бакалавриат

Промежуточная аттестация зачёт

### **1. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Транспортный маркетинг» является дисциплиной по выбору вариативной части Блока 1 и изучается на 5 курсе в X семестре заочной формы обучения.

Дисциплина основывается на знаниях, полученных при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Экономика предприятия», «Менеджмент», «Основы логистики».

Дисциплина «Транспортный маркетинг» является базовой теоретической основой и практическим инструментарием в подготовке бакалавров направления 23.03.01 «Технология транспортных процессов» при написании ВКР.

### **2. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

***Знать:***

- роль маркетинга в экономическом развитии страны;
- этапы формирования товарной политики и рыночной стратегии;
- методологические и теоретические основы транспортного

маркетинга.

***Уметь:***

- проводить исследование внешней и внутренней среды предприятия;
- собрать и подготовить информацию для обоснования разработки нового продукта, способа и времени выхода на рынок;
- осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения транспортных задач с учетом показателей экономической эффективности.

*Владеть:*

- основами экономических знаний для организации деятельности маркетинговой службы;
- методами исследования и сегментирования рынка;
- способами управления ассортиментом;
- методами ценообразования;
- методами стимулирования продажи продукции в процессе коммерческой эксплуатации транспортных систем;
- основными методами решения транспортных задач.

### **3. Объем дисциплины по видам учебных занятий**

Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, всего 144 часа, из которых 20 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (8 часов занятия лекционного типа, 12 часов занятия семинарского типа (семинары, практические занятия), 124 часа составляет самостоятельная работа обучающегося.

### **4. Основное содержание дисциплины**

Основные положения транспортного маркетинга. Задачи реформирования транспорта. Задачи и особенности маркетинга транспортных услуг в современных условиях. Окружающая среда транспортного маркетинга.

Комплексное исследование рынка транспортных услуг. Особенности комплексного исследования рынка транспортных услуг. Исследование транспортной услуги как товара. Качество транспортных услуг. Исследование рынка как такового. Изучение конкурентов.

Методы маркетинговых исследований транспортного рынка. Качественные исследования. Количественные методы. Казуальные исследования. Основные понятия статистических исследований. Методы сбора данных при опросах. Формирование выборки для опросов. Статистическая обработка результатов выборки.

Составитель: к.э.н., Попова В.В.

Зав. кафедрой: к.т.н. Шергина О.В.