

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»

Институт энергетики и транспортных систем

Кафедра «Организация перевозок, безопасность движения и сервис
автомобилей»

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

по дисциплине

Б 1.1.8. Маркетинг

направления подготовки

23.03.01 — Технология транспортных процессов

профиль

Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте

форма обучения – заочная

курс – 3

семестр – 6

зачетных единиц – 2

часов в неделю – нет

всего часов – 108

в том числе:

лекции – 6

практические занятия – 10

лабораторные занятия – нет

самостоятельная работа – 92

зачет – нет

экзамен – 6

РГР – нет

курсовая работа – нет

курсовой проект – нет

1. Цели и задачи дисциплины

Цель преподавания дисциплины: рассмотреть социально-экономическую сущность, понятия, категории и инструменты маркетинга, варианты практического использования, сформировать компетенции по дисциплине.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение сущности, основных концепций, понятий, категорий и инструментов маркетинга;
- формирование навыков анализа категорий и инструментов маркетинга;
- формирование навыков решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе маркетинговой информации;
- приобретение навыков применения теоретических знаний в области маркетинга для решения задач повышения качества транспортно-логистического обслуживания грузовладельцев, развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения;
- приобретение навыков применения теоретических знаний в области маркетинга для изучения и анализа информации и показателей работы транспортных систем.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Шифр дисциплины Б 1.1.8. Дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной Базовой части Б.1.1 Блока 1 направления подготовки 23.03.01 «Технология транспортных процессов» профили «Организация перевозок и управление на автомобильном транспорте».

Изучение дисциплины базируется на сумме знаний и навыков, полученных студентами в ходе изучения таких дисциплин, как: «Экономика», «Менеджмент», «Основы логистики», «Управление социально-техническими системами», «Информационные технологии на транспорте» и другие прикладные дисциплины экономического профиля.

Компетенции, полученные в процессе изучения дисциплины «Маркетинг», выступают основой для изучения других дисциплин направления.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям студента, необходимым при освоении данной дисциплины: умение и навыки активно воспринимать устную речь лектора, работать с различными видами учебной и научной литературы, формулировать и последовательно излагать собственную позицию.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Выпускник, освоивший дисциплину, должен обладать следующими компетенциями:

- 1.ОПК-1- способностью решать стандартные задачи профессиональной

деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Студент должен знать:

- сущность, основные концепции, понятия, категории и инструменты маркетинга;

- особенности применения маркетинговой информации для решения стандартных задач профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности.

Студент должен уметь:

- использовать полученные знания по основам маркетинга в производственных условиях;

- собирать маркетинговую информацию и проводить маркетинговые исследования для решения стандартных задач профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности.

Студент должен владеть:

- методами и средствами маркетинга;

- навыками проведения маркетинговых исследований с учетом основных требований информационной безопасности.

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

Студент должен знать:

- сущность, основные концепции, понятия, категории и инструменты маркетинга;

- основные направления повышения качества в маркетинге;

- основные направления развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения.

Студент должен уметь:

- использовать полученные знания по основам маркетинга в производственных условиях;

- выделять и анализировать пути повышения качества;

- выделять и анализировать пути развития инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения.

Студент должен владеть:

- методами и средствами маркетинга;

- навыками расчета показателей, характеризующих направления повышения качества;

- навыками расчета показателей, характеризующих развитие инфраструктуры товарного рынка и каналов распределения.

3.ПК-26-способностью изучать и анализировать информацию, технические данные, показатели и результаты работы транспортных систем; использовать возможности современных информационно-компьютерных технологий при управлении перевозками в реальном режиме времени.

Студент должен знать:

- сущность, основные концепции, понятия, категории и инструменты маркетинга;

- особенности содержания маркетинговой информации транспортных систем;

- маркетинговые показатели транспортных систем.

Студент должен уметь:

-использовать полученные знания по основам маркетинга в производственных условиях;

-выбирать и анализировать маркетинговую информацию, относящуюся к транспортным системам;

-выделять и анализировать маркетинговые показатели транспортных систем.

Студент должен владеть:

-методами и средствами маркетинга;

- навыками сбора и анализа маркетинговой информации, относящейся к транспортным системам;

- навыками расчета маркетинговых показателей транспортных систем.