

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины
Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе (набора 2020 года)
(наименование дисциплины)

основной профессиональной образовательной программы
по направлению подготовки/ специальности

23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов

(код, наименование направления подготовки/ специальности)

Профиль. Автомобили и автомобильное хозяйство

1. Цели изучения дисциплины

Основной целью преподавания дисциплины является формирование общих представлений в вопросах использования маркетинговых подходов для решения современных задач в транспортной сфере деятельности. Полученные знания значительно расширяют профессиональный кругозор будущих бакалавров.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе является дисциплиной вариативной части основной профессиональной образовательной программы по направлению 23.03.03 Эксплуатация транспортно - технологических машин и комплексов. Код дисциплины: Б1.В.14.ДВ.06.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля): ПК-14, ПК-42.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать: основные средства поиска, обобщения и анализа информации о теоретических и методологических положениях концепции маркетингового управления транспортной компанией; основы потребительского рынка в сфере транспортного хозяйства, комплекс маркетинга на транспортном предприятии с учётом особенностей обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин, технического и технологического оборудования и транспортных коммуникаций; основные этапы планирования, организации и контроля маркетинговой деятельности; систему и структуру транспортного законодательства, технологии текущего ремонта и технического обслуживания транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования на основе использования новых материалов и средств диагностики

уметь: получать и преобразовывать информацию в знание и использовать маркетинг как интегрирующую функцию в принятии управленческих решений; осмысливать и проектировать элементы комплекса маркетинга, на основе результатов изучения потребительского рынка в сфере транспорта; проектировать организационные структуры управления маркетингом и общие правила его контроля, позволяющие добиться коммерческого успеха на вы-бранном рынке в области транспорта; применять законодательство, действующее на предприятиях транспорта при разработки маркетинговой стратегии, а также использовать в практической деятельности технологии текущего ремонта и технического обслуживания транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования на основе использования новых материалов и средств диагностики

владеть: навыками самоорганизации и самообразования в решении экономических задач; культурой дискуссии; навыками систематической работы с учебной и справочной литературой по экономической проблематике; навыками самостоятельной работы с основными нормативно-правовыми документами в сфере транспортной деятельности

5. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы, 144 часа.

6. Вид промежуточной аттестации: экзамен - 7/9 семестр.

7. Рабочую программу разработал Н.В. Каменец, доцент кафедры естественно-научных и гуманитарных дисциплин филиала ТИУ в г. Сургуте, кандидат экономических наук.

Заведующий кафедрой ЕНГД
филиала ТИУ в г. Сургуте



Иляшенко Л.К.