

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Малафеев Павел Николаевич  
Должность: директор филиала  
Дата подписания: 02.07.2026 15:31:51  
Уникальный программный ключ:  
94732c3d953a82d495dcc3155d5c573883fedd18

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

УТВЕРЖДЕНА  
Ученым советом университета  
(протокол от 25.02.2025 №1)

## 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 **заочная**

Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Виды контроля на курсах:  
зачет 5

#### Распределение часов дисциплины по курсам

| Курс                                 | 5    |      | Итого |      |
|--------------------------------------|------|------|-------|------|
|                                      | уп   | рп   |       |      |
| Вид занятий                          |      |      |       |      |
| Лекции                               | 4    | 4    | 4     | 4    |
| Практические                         | 4    | 4    | 4     | 4    |
| Конт. ч. на аттест. в период ЭС      | 0,15 | 0,15 | 0,15  | 0,15 |
| В том числе в форме практ.подготовки | 4    | 4    | 4     | 4    |
| Итого ауд.                           | 8    | 8    | 8     | 8    |
| Контактная работа                    | 8,15 | 8,15 | 8,15  | 8,15 |
| Сам. работа                          | 60   | 60   | 60    | 60   |
| Часы на контроль                     | 3,85 | 3,85 | 3,85  | 3,85 |
| Итого                                | 72   | 72   | 72    | 72   |

Программу составил(и):

*RPD NNPS; 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.plz.plx

Направление подготовки 23.05.04 Эксплуатация железных дорог Направленность (профиль) 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**

|            |                                                                                                                                                                       |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1</b> | <b>Знать:</b>                                                                                                                                                         |
| 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                                                                     |
| <b>3.2</b> | <b>Уметь:</b>                                                                                                                                                         |
| 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                                                      |
| <b>3.3</b> | <b>Владеть:</b>                                                                                                                                                       |
| 3.3.1      | - расчета долей освоения рынка грузовых перевозок                                                                                                                     |
| 3.3.2      | - расчета процентного изменения спроса на перевозки                                                                                                                   |
| 3.3.3      | - расчета соотношения спроса и предложения грузоперевозок                                                                                                             |
| 3.3.4      | - расчета эффективности проведения маркетингового исследования и изменения спроса на перевозки,                                                                       |
| 3.3.5      | - 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              |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------|-------------------------|
|             | <b>Раздел 1. Системный подход к маркетингу в логистике</b>                                                       |                |       |                         |
| 1.1         | Введение в маркетинг в логистике: сущность, концепция, элементы, эволюция (на железнодорожном транспорте) /Лек/  | 5              | 1     |                         |
| 1.2         | Анализ макросреды (как комплекса факторов, влияющих на функционирование и работу) логистической компании /Пр/    | 5              | 0,5   | Практическая подготовка |
| 1.3         | Создание в MS Excel диаграммы Парето по проблемам логистической компании, формулирование рекомендаций /Пр/       | 5              | 0,5   | Практическая подготовка |
| 1.4         | Маркетинговая информация об участниках рынка логистических услуг: сущность, виды, источники и методы сбора /Лек/ | 5              | 1     |                         |
| 1.5         | Разработка анкеты для грузовладельцев (сегмент: перевозки в контейнерах железнодорожным и автотранспортом) /Пр/  | 5              | 1     | Практическая подготовка |

|     |                                                                                                                                                                        |   |      |                         |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|------|-------------------------|
|     | <b>Раздел 2. Процессный взгляд на маркетинг в логистике</b>                                                                                                            |   |      |                         |
| 2.1 | Маркетинг спроса и предложения на логистические услуги /Лек/                                                                                                           | 5 | 1    |                         |
| 2.2 | Определение долей освоения рынка грузовых перевозок /Пр/                                                                                                               | 5 | 0,5  | Практическая подготовка |
| 2.3 | Исследование конкуренции на рынке логистических услуг /Лек/                                                                                                            | 5 | 1    |                         |
| 2.4 | Определение соотношения спроса и предложения на грузовые перевозки, уровня специализации транспортного парка и обеспеченности производственно-технической базой /Пр/   | 5 | 0,5  | Практическая подготовка |
| 2.5 | Расчет количества транспортных средств соответствующего предложению и спросу, построение диаграмм изменения спроса и предложения на грузоперевозки по показателям /Пр/ | 5 | 1    | Практическая подготовка |
|     | <b>Раздел 3. Самостоятельная работа</b>                                                                                                                                |   |      |                         |
| 3.1 | Потребители рынка логистических услуг как объект изучения: классификация, специфика мотивов покупки, риски /Ср/                                                        | 5 | 10   |                         |
| 3.2 | Разработка стратегии маркетинга для обозначенного нового направления деятельности логистической компании /Ср/                                                          | 5 | 12   |                         |
| 3.3 | Стратегическое и тактическое планирование маркетинговых исследований в логистике: определение и содержание /Ср/                                                        | 5 | 10   |                         |
| 3.4 | Процедура оценки уровня (степени) организации маркетинговой деятельности (работы) в логистической компании /Ср/                                                        | 5 | 10   |                         |
| 3.5 | Сегментация логистического рынка и разработка комплекса маркетинговых мероприятий для привлечения дополнительных объемов грузов для железнодорожных перевозок /Ср/     | 5 | 10   |                         |
| 3.6 | Подготовка к лекциям /Ср/                                                                                                                                              | 5 | 4    |                         |
| 3.7 | Подготовка к практическим занятиям /Ср/                                                                                                                                | 5 | 4    |                         |
|     | <b>Раздел 4. Контактные часы на аттестацию</b>                                                                                                                         |   |      |                         |
| 4.1 | Зачет /КЭ/                                                                                                                                                             | 5 | 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), как правило, с использованием ЭИОС или путем проверки письменных работ, предусмотренных рабочими программами дисциплин 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                                                                 |
|------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| ЛП.1 | Карасев А. П.       | Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов | Москва: Юрайт, 2025 | <a href="https://urait.ru/bcode/569590">https://urait.ru/bcode/569590</a> |
| ЛП.2 | Карпова С. В.       | Маркетинг: теория и практика: учебник для вузов                                 | Москва: Юрайт, 2025 | <a href="https://urait.ru/bcode/559864">https://urait.ru/bcode/559864</a> |

|      |                                |                                                                             |                     |                                                                           |
|------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| ЛП.3 | Чернышева А. М., Якубова Т. Н. | Методы и практики маркетинговых исследований: учебник и практикум для вузов | Москва: Юрайт, 2025 | <a href="https://urait.ru/bcode/568762">https://urait.ru/bcode/568762</a> |
|------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------|

##### 6.1.2. Дополнительная литература

|      | Авторы, составители | Заглавие                     | Издательство, год   | Эл. адрес                                                                 |
|------|---------------------|------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| ЛП.1 | Григорьев М. Н.     | Маркетинг: учебник для вузов | Москва: Юрайт, 2025 | <a href="https://urait.ru/bcode/559733">https://urait.ru/bcode/559733</a> |

|      |                                                                                                                                     |                                                                                        |                           |                                                                           |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Л2.2 | Лукичёва Т. А.,<br>Воробьева И. В.,<br>Лезина Т. А.,<br>Колесникова М. Ф.,<br>Остапенко В. М.,<br>Пецольт К. ...,<br>Молчанов Н. Н. | Маркетинг: учебник и практикум для вузов                                               | Москва:<br>Юрайт,<br>2025 | <a href="https://urait.ru/bcode/560612">https://urait.ru/bcode/560612</a> |
| Л2.3 | Ямпольская Д. О.,<br>Пилипенко А. И.                                                                                                | Маркетинговый анализ: технология и методы проведения:<br>учебник и практикум для вузов | Москва:<br>Юрайт,<br>2025 | <a href="https://urait.ru/bcode/563876">https://urait.ru/bcode/563876</a> |

## 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 систем

6.2.2.1 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) <https://umczdt.ru/>

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.