

Требования к знаниям студента

В результате изучения учебной дисциплины «Маркетинг на транспорте» студент должен:

знать:

- место маркетинга в транспортной деятельности;
- механизм функционирования транспортных организаций в динамично изменяющихся рыночных условиях;
- методы и способы планирования маркетингового обеспечения транспортной деятельности;
- методические основы проведения маркетинговых исследований;
- формирование тарифной политики и рыночной стратегии;
- направления эффективной маркетинговой деятельности в транспортной организации;

уметь:

- применять теоретические знания в области маркетинга для решения практических задач в транспортной организации;
- проводить анализ внутренней и внешней маркетинговой среды на рынке транспортных услуг;
- разрабатывать комплексное экономическое обоснование для реализации маркетингового плана с учетом обеспечения устойчивости функционирования транспортной организации;
- разрабатывать маркетинговый план, обеспечивающий эффективную транспортную деятельность;
- осуществлять маркетинговые исследования для повышения эффективности функционирования транспортной организации;
- позиционировать транспортные услуги на рынке;
- применять приемы маркетинга на рынке транспортных услуг;
- проводить сегментацию рынка транспортных услуг;
- осуществлять коммерческую деятельность организации транспорта;
- осуществлять коммерческие операции, включая ведение переговоров и заключение коммерческих договоров;
- оценивать эффективность принимаемых решений с учетом конъюнктуры рынка;

иметь навык:

- проведения маркетинговых исследований;
- принципов ценообразования в транспортной деятельности;

- принципов сегментирования рынка транспортных услуг;
- разработки комплекса маркетинговых средств для обеспечения деятельности транспортной организации.
- определения уровня конкурентоспособности транспортных услуг;
- проведения тендеров и конкурсов;
- организации коммуникационной политики транспортной организации с другими деятелями рынка;
- продвижения транспортных услуг посредством комплекса маркетинговых коммуникаций.

Освоение данной учебной дисциплины обеспечивает формирование следующих компетенций:

- проводить маркетинговые исследования, изучать конъюнктуру рынка, организовывать проведение тендеров и конкурсов, осуществлять рекламу в области транспорта, сфере информационных технологий.