**Рабочий учебный план**

профессионального обучения (подготовка) по профессии рабочего 38.02.01 «Экономика и бухгалтерский учет» (по отраслям)

Срок обучения — 9 недель

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование модулей/предметы | Трудоемкость, час. |  | В том | числе | | |  |  |  |
| лекции | Практические и семинарские занятия , лабораторные работы | | Тренинги, деловые и ролевые игры, круглые столы | Выездные занятия, электронное обучение и др. | | Форма аттестации | |
|  |  |  |  | |  |  | |  | |
|  | Раздел I ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБУЧЕНИЕ | 72 |  |  | |  |  | |  | |
| 1 | 2 |  |  |  | |  |  | |  | |
|  | *Специальные дисциплины* |  |  |  | |  |  | |  | |
| 1 | **Сущность и особенности общего транспортного маркетинга** | **4** | **2** | **2** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 1.1 | Сущность, принципы и концепции общего маркетинга | 1 |  | 1 | |  |  | |  | |
| 1.2 | Система маркетинговой деятельности на предприятии | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 1.3 | Особенности маркетинга на транспорте. | 1 | 1 |  | |  |  | |  | |
| 2 | **Основные положения концепции транспортного маркетинга** | **8** | **4** | **4** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 2.1 | Характеристика и особенности транспортного рынка и его продукции | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 2.2 | Основные направления маркетинга на транспорте | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 2.3 | Субъекты транспортного рынка и среда функционирования транспортных предприятий | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 2.4 | Виды и особенности конкуренции на транспортном рынке | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 3 | **Методы изучения транспортного рынка и формирование спроса на транспортные услуги** | **4** | **2** | **2** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 3.1 | Методы изучения транспортного рынка и спроса на перевозки | 1 | 1 |  | |  |  | |  | |
| 3.2 | Анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг | 1 | 1 |  | |  |  | |  | |
| 3.3 | Методы формирования спроса на грузовые перевозки | 1 |  | 1 | |  |  | |  | |
| 3.4 | Маркетинг пассажирских перевозок | 1 |  | 1 | |  |  | |  | |
| 4 | **Управление маркетингом на транспорте** | **4** | **2** | **2** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 4.1 | Организация системы управления маркетингом на транспорте | 4 | 2 | 2 | |  |  | |  | |
| 5 | **Информационные системы управления маркетингом железнодорожных перевозок грузов** | **8** | **4** | **4** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 5.1 | Маркетинговая информация и источники её получения | 4 | 2 | 2 | |  |  | |  | |
| 5.2 | Информационные объекты маркетингового учёта и анализа | 4 | 2 | 2 | |  |  | |  | |
| 6 | **Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга** | **4** | **2** | **2** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 6.1 | Текущее и оперативное планирование перевозок | 2 |  | 2 | |  |  | |  | |
| 6.2 | Стратегическое планирование работы транспортных предприятий | 1 | 1 |  | |  |  | |  | |
| 6.3 | Бизнес-план транспортного предприятия | 1 | 1 |  | |  |  | |  | |
| 7 | **Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях** | **8** | **4** | **4** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 7.1 | Анализ конъюнктуры транспортного рынка | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 7.2 | Маркетинговые логистические системы на транспорте | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 7.3 | Особенности разработки составляющих комплекса маркетинга транспортного предприятия | 4 | 2 | 2 | |  |  | |  | |
| 8 | **Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга** | **8** | **4** | **4** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 8.1 | Особенности ценовой политики в транспортном маркетинге | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 8.2 | Определение ценовой эластичности спроса на транспортные услуги | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 8.3 | Анализ транспортных издержек при ценообразовании | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 8.4 | Тарифная политика на различных видах транспорта | 1 | 1 |  | |  |  | |  | |
| 8.5 | Виды скидок и надбавок в системе транспортных тарифов | 1 |  | 1 | |  |  | |  | |
| 9 | **Коммуникационная политика на транспорте** | **8** | **4** | **4** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 9.1 | Место информации и рекламы в стимулировании спроса на транспортные услуги | 4 | 2 | 2 | |  |  | |  | |
| 9.2 | Структура отраслевых средств массовой информации | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 9.3 | Методика определения и расчёт эффективности методов стимулирования спроса на транспортные услуги | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 10 | **Маркетинг неосновной (прочей) деятельности на транспорте** | **4** | **2** | **2** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 10.1 | Особенности маркетинга неосновной(прочей) деятельности на транспорте | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 10.2 | Ценообразование на продукцию, работы и услуги неосновной (прочей) деятельности на транспорте | 2 | 1 | 1 | |  |  | |  | |
| 11 | **Определение эффективности мероприятий маркетинга на транспорте** | **8** | **4** | **4** | |  |  | | Решение  практических  задач,  промежуточное тестирование | |
| 11.1 | Экономическая эффективность маркетинговых мероприятий, не требующих капитальных вложений | 4 | 2 | 2 | |  |  | |  | |
| 11.2 | Методы определения экономической эффективности мероприятий маркетинга, требующих дополнительных инвестиций | 4 | 2 | 2 | |  |  | |  | |
|  | Раздел II ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ОБУЧЕНИЕ |  |  |  | |  |  | |  | |
| 1 | На рабочем месте |  |  |  | |  |  | |  | |
|  | Консультации |  |  |  | |  |  | |  | |
|  | Квалификационный экзамен | 4 |  |  | |  |  | |  | |
|  | Итого |  |  |  | |  |  | |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№**  **п/п** | **Рабочие программы дисциплин** |  | | | | | | | | | | | | | | | **Ито-го часов** |
| **Д1** | **Д2** | **Д3** | **Д4** | **Д5** | **Д6** | **Д7** | **Д8** | **Д9** | **Д10** | **Д11** | **Д12** | **Д19** | **Д** | **Д** |  |
| 1. | Сущность о особенности общего транспортного маркетинга | **2** | **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **4** |
| 2. | Основные положения концепции транспортного маркетинга | **2** | **2** | **2** | **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **8** |
| 3. | Методы изучения транспортного рынка и формирование спроса на транспортные услуги |  |  | **2** | **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **4** |
| 4. | Управление маркетингом на транспорте | **2** | **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **4** |
| 5. | Информационные системы управления маркетингом железнодорожных перевозок грузов | **2** | **2** | **2** | **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **8** |
| 6. | Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга |  |  | **2** | **2** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **4** |
| 7. | Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях |  |  |  |  | **2** |  |  | **2** | **2** | **2** |  |  |  |  |  | **8** |
| 8. | Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга |  |  |  |  | **2** |  |  | **2** | **2** | **2** |  |  |  |  |  | **8** |
| 9. | Коммуникационная политика на транспорте |  |  |  |  | **2** |  |  | **2** | **2** | **2** |  |  |  |  |  | **8** |
| 10. | Маркетинг неосновной (прочей) деятельности на транспорте |  |  |  |  | **2** |  |  | **2** |  |  |  |  |  |  |  | **4** |
| 11. | Определение эффективности мероприятий маркетинга на транспорте |  |  |  |  |  |  |  |  | **2** | **2** | **4** |  |  |  |  | **8** |
|  | Консультация |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Итоговая аттестация |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **4** |  |  |  |  |  |
|  | **Всего часов:** | **8** | **8** | **8** | **8** | **8** | **0** | **0** | **8** | **8** | **8** | **8** |  |  |  |  | **72** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Рабочие программы дисциплин** | **Итого** | | |
| **Н1** | **Н2** |  |
| 1 | Сущность о особенности общего транспортного маркетинга | 4 |  | **4** |
| 2 | Основные положения концепции транспортного маркетинга | 8 |  | **8** |
| 3 | Методы изучения транспортного рынка и формирование спроса на транспортные услуги | 4 |  | **4** |
| 4 | Управление маркетингом на транспорте | 4 |  | **4** |
| 5 | Информационные системы управления маркетингом железнодорожных перевозок грузов | 8 |  | **8** |
| 6 | Планирование и прогнозирование на транспорте в системе маркетинга | 4 |  | **4** |
| 7 | Разработка комплекса маркетинга на транспортных предприятиях | 2 | 6 | **8** |
| 8 | Политика ценообразования на транспортном рынке в системе маркетинга | 2 | 6 | **8** |
| 9 | Коммуникационная политика на транспорте | 2 | 6 | **8** |
| 10 | Маркетинг неосновной (прочей) деятельности на транспорте | 2 | 2 | **4** |
| 11 | Определение эффективности мероприятий маркетинга на транспорте |  | 8 | **8** |
|  | Консультация |  | 4 | **4** |
|  | Итоговая аттестация |  |  |  |
|  | **Всего учебных часов** | **40** | **32** | **72** |