

**Фонд
оценочных средств**
по дисциплине «**Менеджмент и маркетинг транспортных услуг**»

Уровень высшего образования

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки 23.04.01 - РФ, 670300 - КР ТЕХНОЛОГИЯ
ТРАНСПОРТНЫХ ПРОЦЕССОВ

Магистерская программа «Интеллектуальные транспортные системы и
логистика в технологии транспортных процессов»

Квалификация
магистр

Фонд оценочных средств предназначен для контроля знаний обучающихся по всем направлениям подготовки магистратуры КРСУ в соответствии с ФГОС 3++ по дисциплине «*Менеджмент и маркетинг транспортных услуг*».

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры

Автомобильного транспорта

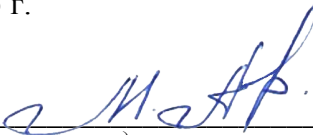
наименование кафедры

протокол № 8 от "25" марта 2025 г.

Заведующий кафедрой

Автомобильного транспорта

наименование кафедры



подпись

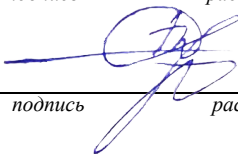
расшифровка подписи

Алсеитов Мирлан Тилегенович

Исполнители:

Профессор

должность



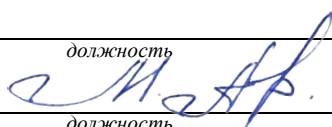
подпись

расшифровка подписи

Советбеков Болотбек

Доцент

должность



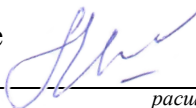
подпись

расшифровка подписи

Алсеитов Мирлан Тилегенович

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель декана по учебной работе



личная подпись

расшифровка подписи

Краснощекова Лариса Владимировна.

Раздел 1. Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины/практики

Формируемые компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Виды оценочных средств/ шифр раздела в данном документе
ОПК-2: Способен принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности;	<u>Знать:</u> современные методы исследования, принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности оценивать и представлять результаты выполненной работы и технологические процессы в области технологии, организации и коммерческой эксплуатацией транспортных систем, для обеспечения транспортного процесса	Блок А – фронтальный опрос.
	<u>Уметь:</u> использовать технологические процессы в области технологии, организации и коммерческой эксплуатацией транспортных систем современные методы исследования, принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности представлять результаты выполненной работы и технологические процессы в области технологии, организации и коммерческой эксплуатацией транспортных систем, для обеспечения транспортного процесса	Блок В – практические задания.
	<u>Владеть:</u> технологическими процессами в области технологии, организации и коммерческой эксплуатацией транспортных систем, принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности и внедрять современными методы исследования, оценивать и представлять результаты выполненной работы и технологические процессы в области технологии, организации и коммерческой эксплуатацией транспортных систем, для обеспечения транспортного процесса	Блок С – реферат; – доклад.

Раздел 2. Технологическая карта дисциплины

«Менеджмент и маркетинг транспортных услуг» Курс 1, семестр 2, Количество ЗЕ - 4, Отчетность – зачет с оценкой

Название модулей дисциплины согласно РПД	Контроль	Форма контроля	Зачетный минимум	Зачетный максимум	График контроля
Модуль 1					
Маркетинговые исследования и менеджмент рынка грузовых перевозок	Текущий контроль	Фронтальный опрос, выполнение практического задания	5	8	28 неделя
	Рубежный контроль	Защита реферата по заданной тематике	5	9	
Модуль 2					
Маркетинг и менеджмент транспортных процессов	Текущий контроль	Фронтальный опрос, выполнение практического задания	5	8	33 неделя
	Рубежный контроль	Защита реферата по заданной тематике	5	9	
Модуль 3					
Принципы разработки и создания новых транспортных услуг	Текущий контроль	Фронтальный опрос, выполнение практического задания	5	9	37 неделя
	Рубежный контроль	Доклад по заданной тематике	5	9	
Модуль 4					
Система распределения в сфере транспортных услуг	Текущий контроль	Фронтальный опрос, выполнение практического задания	5	9	41 неделя
	Рубежный контроль	Доклад по заданной тематике	5	9	
ВСЕГО за семестр			40	70	
Промежуточный контроль (зачет с оценкой)		Зачет	20	30	
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	

**Раздел 3. Типовые контрольные задания и иные материалы,
необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине /
практике (оценочные средства). Описание показателей и критериев
оценивания компетенций, описание шкал оценивания.**

Блок А

А.1 Вопросы для фронтального опроса:

Раздел 1. Маркетинговые исследования и менеджмент рынка грузовых перевозок. Вопросы:

1. Как исследовать маркетинговой бизнес-среды и внутренних факторов СТО.
2. Как анализировать производственной мощности СТО и ее соответствие спросу.
3. Как происходит распределение и продвижение товаров (услуг) на рынке.
4. Как организовать работу с клиентурой: привлечение клиентуры; функции предприятия при работе с клиентурой; структура отдела по работе с клиентурой; формы и методы обслуживания клиентуры.
5. Как управлять маркетингом на автомобильном транспорте.

Раздел 2. Маркетинг и менеджмент транспортных процессов. Вопросы:

1. В чем сущность построение системы управления маркетингом и контроль в управлении маркетингом.
2. Какие задачи риск-менеджмента знаете?
3. Перечислите общие подходы к управлению риском.
4. Как применить юридических и административных методов управления рисками.
5. Сущность применения экономических методов управления рисками.

Раздел 3. Принципы разработки и создания новых транспортных услуг. Вопросы:

1. Для чего используется навыки разработки маркетинговой политики транспортных компаний.
2. Как Вы понимаете навыки повышения эффективности маркетинга транспортной компании.
3. Как используются навыками применения методик разработки и внедрения на рынок комплекса сервисных услуг с учетом специфики транспортной отрасли и видов организаций транспорта.
4. Приведите методы формирования товарных характеристик транспортной услуги и ассортиментной политики в сфере предоставления транспортных услуг.
5. Как Вы понимаете методы и приемы ценовой политики предприятий транспортной сферы.

Раздел 4. Система распределения в сфере транспортных услуг. Вопросы:

1. В чем сущность реализации стратегии продвижения транспортных услуг и внедрения дополнительных услуг сервиса с целью повышения конкурентоспособности транспортных компаний.
2. Как внедрить на рынок комплекса сервисных услуг с учетом видов организаций транспорта.
3. Пути повышения конкурентоспособности транспортных компаний.
4. Какие знаете методы освоения рынка в основных, дополнительных и сопутствующих услугах.
5. Каковы особенности информационного обеспечения маркетинговых исследований рынка транспортных услуг.

Блок В

В.1 Практические задания:

Задание 1

Опишите, каким образом вы используете основные элементы спирали рыночных отношений (потребность, желание, спрос, продукт, обмен и сделка) в следующих ситуациях:

- при покупке билета на междугородный автобус через электронный автомат

- при покупке автомобиля
- при покупке турпутевки

Задание 2

К какой функции маркетинга относятся следующие мероприятия:

Мероприятия	Функция маркетинга			
	Аналитическая	Производственная	Распределительная	Управления и контроля
Исследование внешней среды предприятия				
Реклама				
Анализ финансового положения предприятия				
Планирование маркетинга				
Исследование рынка				
Сегментация рынка				
Исследование продукта / услуги				
Организация производства новых товаров				
Организация товародвижения				
Исследование потребностей				
Контроль				
Управление качеством товара				
Анализ конкурентов				
Стимулирование сбыта				
Организация производства новых товаров и новых технологий				

Задание №2

1. Выберите компанию, деятельность которой вам хорошо известна, и дайте характеристику комплекса маркетинга для этой компании.
2. Опишите многоуровневую модель товара выбранного предприятия на примере:
Первый уровень — ядро товара — определяет основное предназначение товара, ту «ядерную услугу», которую товар оказывает потребителю.
Второй уровень — физические характеристики товара — качество, специальные характеристики, марка, стиль, упаковка.
Третий уровень дополняет потребительскую стоимость товара расширенными характеристиками — поставка в кредит, установка, сервис, гарантии, цена.
Четвертый уровень представляют характеристики, связанные с личными особенностями потребителя (характеристики восприятия марки (бренда)).
3. Опишите иерархическую структуру рода и вида товаров (услуг) последующей схеме:
Род – тип - вид – марка

Задание 3

На сегодняшний день на Российском рынке существует несколько типов торговых марок. Приведите пример для каждой из категорий.

1. Дореволюционные бренды, существующие на отечественном рынке более ста лет
2. Советские бренды, сохранившиеся на рынке после распада СССР.
3. Иностранные или мировые бренды.
4. Псевдоотечественные бренды, которые используют на российском внутреннем рынке транснациональные компании.
5. Псевдоиностранные российские бренды.
6. Региональные бренды, известность которых ограничена несколькими регионами.
7. Новые торговые марки известных брендов.

Задание 4.

В таблице приведены данные о конкурентоспособности воздушных компрессоров. Посчитайте конкурентоспособность каждого образца. Разработайте маркетинговые предложения по увеличению сбыта при имеющемся коэффициенте конкурентоспособности.

Образец	Полезный эффект м ³	Совокупные затраты тыс. руб	Эффективность м ³ /руб	Коэффициент конкурентоспособности
Образец №1	5.8	2.2		
Образец №2	7.2	2.3		
Образец №3	8.0	2.5		
Проект А	6.5	2.4		
Проект Б	8.8	2.6		

За эталон принимается образец, существующий на данном рынке с самым большим значением коэффициента эффективности.

Задание 5. Провести анализ основных перечисленных факторов макросреды предприятия (самостоятельно выбранного, действующего на местном рынке). Результаты оформить в виде таблицы 1.

Сделать вывод о настоящем состоянии макросреды предприятия (сложность, изменчивость, благоприятность).

Таблица 1 - Анализ факторов макросреды компании

Элементы макросреды	Происходящие изменения	Влияние элементов на бизнес	Предложения по адаптации
Экономический			
Научно-технический			
Политический			
Демографический			
Природный			
Социокультурный			

Задание 6. В связи с тем, что усиливается конкуренция на рынке, наблюдается снижение на 5% ежегодно доли предприятия. Тем не менее, наряду с этим, сам рынок будет увеличиваться со скоростью приблизительно 200 тыс. единиц в год. На настоящий момент времени емкость рынка составляет 800 тыс. единиц, доля предприятия на нем – 35%. Прибыль с единицы продукции – 2 у.е.

Используя данную информацию, необходимо заполнить таблицу 2, а также проанализировать динамику получения прибыли предприятия.

Таблица 2 - Расчет прибыли

Годы	Доля рынка предприятия, %	Объем продаж, тыс. ед.	Валовая прибыль, тыс. у. е.	Прибыль, тыс. у. е.
1-й				
2-й				
3-й				
4-й				
5-й				

Блок С

С.1 Темы рефератов:

1. Международный маркетинг транспортных процессов
2. Стратегии в транспортном маркетинге
3. Формирование маркетинговой стратегии в организации, оказывающей транспортные услуги
4. Стратегическое планирование в маркетинге транспортных процессов
5. Маркетинговое планирование на рынке транспортных услуг
6. Конъюнктура рынка транспортных услуг
7. Организация службы маркетинга на предприятии сферы транспорта
8. Маркетинговые исследования транспортного рынка
9. Услуга в системе маркетинга (на примере транспортной компании)
10. Маркетинговые исследования рынка транспортных услуг (на примере транспортной компании)
11. Маркетинговые исследования рынка конкурентов - перевозчиков
12. Конкурентоспособность услуги (на примере транспортной компании)
13. Исследование потребительского поведения с учетом особенностей рынка транспортных услуг
14. Качество услуг
15. Ценообразование в транспортном маркетинге
16. Цены и ценовая политика организации, оказывающей услуги перевозок
17. Рекламная деятельность в сфере транспортных услуг
18. Анализ рекламной деятельности транспортной организации
19. Оценка эффективности рекламы транспортной компании
20. Особенности рекламной деятельности фирм-производителей транспортных услуг

С.2 Темы докладов:

1. Маркетинг транспортных услуг
2. Организация финансов транспорта
3. Планирование доходов и расходов транспорта
4. Маркетинговые стратегии развития транспортных услуг
5. Маркетинг и менеджмент при выборе подвижного состава
6. Разработка способов обеспечения конкурентоспособности
7. Ценовая политика автотранспортного предприятия
8. Разработка политики предприятия в области продвижения
9. Разработка схемы организации и управления маркетинговой деятельностью предприятия
10. Разработка маркетингового плана автотранспортного предприятия
11. Эволюция маркетинга на железнодорожном транспорте
12. Комплексное исследование рынка
13. Понятие об исследовании рынка
14. Сегментирование и позиционирование
15. Виды и методы сегментирования рынка
16. Позиционирование товаров и услуг на целевых рынках
17. Разработка стратегии маркетинга
18. Понятие о SWOT-анализе и маркетинговой стратегии
19. Ценовая политика в маркетинге
20. Тарифная политика на транспорте
21. Реализация стратегии маркетинга
22. Каналы сбыта и организация товародвижения
23. Мероприятия по формированию спроса
24. Мероприятия по стимулированию сбыта
25. Управление маркетингом и маркетинг в сфере некоммерческой деятельности.

Блок D (промежуточный контроль)

Перечень вопросов и заданий для промежуточной аттестации (зачет с оценкой):

Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ

1. Основные понятия маркетинга. Сущность маркетинга, его основные термины.
2. Социально-экономические основы маркетинга. Цели, задачи и принципы маркетинга.
3. Сущность и цели автосервиса. Система маркетинга СТО.
4. Понятие рынка. Типы и виды рынков. Спрос и предложение.
5. Процесс удовлетворения потребностей в автосервисе.
6. Сегментирование рынка. Определение емкости рынка автосервисных услуг.
7. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование автосервисной услуги на рынке.
8. Стратегия и виды маркетинга.
9. Система маркетинговых исследований
10. Цели и схема маркетинговых исследований. Маркетинговая информация и ее сбор.

• *Задачи для проверки уровня обученности УМЕТЬ и ВЛАДЕТЬ:*

1. В задании 1 провести анализ трех миссий как отечественных, так и зарубежных компаний. Выяснить какие основные аспекты отражены в каждой из выбранных миссии? Выбрать из них наиболее удачную на ваш взгляд и обоснуйте свой выбор.

2. В задании 2 необходимо разработать стратегию маркетинга для обозначенного нового направления деятельности компании (на уровне идей).

Одна из крупных транспортных компаний Ростова-на-Дону, которая работает на рынке более 10 лет, в данный момент диверсифицируется и планирует расширение диапазона своей деятельности путем выхода за пределы транспортных перевозок в производственную и торговую деятельность. Традиционно компания занималась перевозкой грузов, а через год планирует открыть сеть супермаркетов. Строительство супермаркетов подходит к завершающему этапу. Предприятие располагает достаточными финансовыми ресурсами и имеет положительный имидж среди населения.

3. В задании 3 необходимо определить базовую стратегию деятельности данного предприятия. Определить какие из конкурентных преимуществ может использовать организация для достижения успеха на данном поприще? В одном из крупных торговых центрах нашего города планируется открытие пункта выдачи товаров заказанных через интернет. Торговый центр находится в промышленном районе города, рядом находится проходная крупного завода. Прогнозируется достаточно высокий спрос на услуги пункта выдачи. Администрация центра заинтересована в открытии данного пункта и готова предоставить льготные условия аренды помещения. Организация, которая откликнулась на предложение администрации центра, не обладает достаточными финансовыми ресурсами для того чтобы обеспечить доставку курьером, но имеет возможность выдавать товар на месте с 8 утра до 10 вечера.

4. В задании 4 разработать анкету-опросник, для выяснения количества потенциальных потребителей «Городской электрички»; разработать маркетинговую стратегию продвижения на транспортный рынок продукта «Городская электричка».

Специалисты-транспортники не знают, как бороться с этой проблемой. Но делать что-то надо. Они по инерции используют имеющиеся в их распоряжении средства. В результате колоссальные деньги вбухиваются в заведомо неэффективные проекты, типа подземных трасс платных парковок и т.д.

Но наряду с проблемой простоя автомобилей в пробках есть еще одна – вредные выбросы в атмосферу города. В крупных мегаполисах Европы вредный выхлоп от легковых автомобилей (90% всего парка автомобилей), для которых наиболее целесообразно использовать закрытые объемные магистрали-эстакады (наиболее дешевый компактный и надежный вариант),

нейтрализуется в объеме эстакад соответствующими очищающими установками и не выходит, как и шум, наружу. В нашей стране такие установки используются только в столице.

Для борьбы с дорожными заторами пропускная способность магистралей должна быть увеличена не менее чем в 10 раз. Пропускная способность магистралей не может быть увеличена традиционными способами в 10 раз путем строительства новых магистралей, либо расширения в 10 раз их проезжей части. Это является нереальным ни экономически, ни практически. При этом каждый день на дорогах погибают 5 человек, еще 38 - получают травмы. Одна из главных причин, которая провоцирует ДТП и пробки - низкая пропускная способность дорог. Парк транспортных средств за последние пять лет увеличился на 42%, только в прошлом году рост составил два процента. Сейчас на учете в области стоят 2,5 миллиона автомобилей.

Существующие методы противостояния городским заторам не приносят ощутимого результата. Многие крупные города Российской Федерации нашли способ облегчения дорожного вопроса с помощью использования существующей железной дороги в черте города в виде «Городской электрички» в довесок к городскому транспорту. В Екатеринбурге, Красноярске, Киеве, Москве, Санкт-Петербурге и других городах этот вид городского транспорта уже используется, а в нашем городе находится еще в стадии доработки.

В связи с вышесказанным необходимо решить следующие задачи:

5. В задании 5 провести SWOT-анализ транспортной компании (по выбору)

1. На основании представленной в таблице 1 информации необходимо выявить сильные и слабые стороны компании, оценить угрозы и возможности. Результаты оформите в форме таблицы.

Таблица 1 – Основные факторы оценки внутренней и внешней среды компании SWOT-анализ

Факторы внутренней среды	Факторы внешней среды
<p>1 <i>Сильные стороны:</i></p> <p>1.1. Известность имени, высокий рейтинг кредиттранспортных компаний страны, выход на международный рынок.</p> <p>1.2. Одно из первых мест в стране по размеру инвестиций в отечественную экономику.</p> <p>1.3. Разветвленная сеть филиалов по стране</p> <p>1.4. Универсальность</p>	<p>2 <i>Возможности:</i></p> <p>2.1. Предоставление транспортным компаниям относительной свободы</p> <p>2.2 Оживление и организация новых предприятий промышленности</p>
<p>1. <i>Слабые стороны:</i></p> <p>1.1 Высокий уровень цен на комплектующие и ГСМ.</p> <p>1.2 Медленный оборот капитала (долгосрочные кредиты)</p> <p>1.3 Слабо проработанный и нечасто используемый план маркетинга (в основном разового характера)</p> <p>1.4 Недостаточная подготовка кадров</p>	<p><i>Угрозы:</i></p> <p>2.3 Увеличение инфляции</p> <p>2.4 Обострение конкуренции на транспортном рынке (выход зарубежных компаний и объединение слабых с сильными) олигополия</p> <p>2.5 Преобладание рынка потребителей, Потребность клиентов в «удаленном доступе» к системе оплаты услуг</p>

2. Составить матрицу SWOT-анализа, по результатам необходимо внести результаты пересечения наиболее значимых факторов.

Таблица 2 – Матрица-SWOT компании

	Факторы внешней среды								Итого (внутренняя среда)
	ВОЗМОЖНОСТИ				УГРОЗЫ				
	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ									
1.1		+	+		+				+3
1.2		+	+		+				+3
1.3	+		+		+	+			+2
1.4									
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ									

1.5									
1.6.									
1.7									
1.8									
Итого (внешняя среда)									

Таблица 3 – Ключевые факторы матрицы SWOT

	Рынок	Возможности	Угрозы
Компания			
Сильные		Развитие	Способы компенсации угроз
Слабые		Что необходимо изменить?	Проблемы

3. Сформулировать базовые гипотезы о дальнейших перспективах деятельности компании и определить диапазон альтернативных направлений дальнейшего развития в секторах зон: 1) развитие; 2) способы компенсации угроз; 3) что необходимо изменить; 4) зона проблем.

6. В задании необходимо исследовать сектор рынка транспортных услуг (например, перевозки опасных грузов, контейнерные перевозки, междугородние пассажирские перевозки и т.п.) и изобразить его приблизительную графическую модель (кривые спроса и предложения). Произвести анализ полученной модели. Сектор рынка транспортных услуг выбрать самостоятельно.

7. В задании определить перевозочные характеристики автомобиля конкретной марки и модели. Результат представить в виде таблицы, в левой части которой показаны перевозочные характеристики, а в правой – их параметры (или описание характеристик).

8. В задании необходимо проанализировать возможное состояние водителя (параметры, связанные с эффективностью его работы). Результаты представить в форме таблицы.

9. В задании необходимо описать способ упаковки и маркировку груза, согласно ГОСТ. Маркировку груза также изобразить в виде рисунка (схематично). Классифицировать груз по величине отправок, объемному весу, степени использования грузоподъемности и т.д.

10. В задании необходимо выбрать любой маршрут городского пассажирского транспорта, схематично изобразить его и классифицировать его по типам, характеру расположения на территории города, по режиму работы.

Пример построения билета промежуточной аттестации (зачет с оценкой):

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ № ____

1. *Вопрос для проверки уровня обученности ЗНАТЬ*

Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование автосервисной услуги на рынке.

2. *Задача для проверки уровня обученности УМЕТЬ*

Как рассчитать производственную программу с учетом производственной мощности своего участка (предприятия)

3. *Задание для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ*

Конкуренция и конкурентоспособность СТО и ее услуг: понятие конкуренции; определение конкурентоспособности товаров и услуг; обеспечение конкурентоспособности станции и ее услуг.

Раздел 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

1. Фронтальный опрос.

В рамках дисциплины «Менеджмент и маркетинг транспортных услуг» опрос проводится фронтальным методом в устной форме беседы с группой, сочетая его с повторением пройденной темы, как средство для закрепления знаний. Вопросы ставятся таким образом, чтобы ответ имел краткую форму, чтобы последующий вопрос был продолжением предыдущего, для того, чтобы раскрыть все вопросы изученной темы. В результате в активную умственную работу вовлекаются почти все студенты группы, оценка ставится всем участвующим в обсуждении в зависимости от активности каждого и правильности и глубины ответов.

В рамках опроса охватываются темы: «Маркетинговые исследования и менеджмент рынка грузовых перевозок», «Принципы разработки и создания новых транспортных услуг», «Система распределения в сфере транспортных услуг», «Маркетинг и менеджмент транспортных процессов».

Шкала оценивания устного опроса:

Этап (уровень) освоения компетенции*	Планируемые результаты обучения** (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения				
		1 балл	2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
Способен принимать обоснованные решения в области проектного и финансового менеджмента в сфере своей профессиональной деятельности;	Владеть ОПК-2: навыками принятия организационно-технических решений на основе научного анализа	Не владеет	Не способен выделить основную идею данной компетенции	Способен выделить основные идеи текста, работает с критической литературой по дисциплине	Владеет основными навыками работы с источниками и критической литературой по дисциплине	Способен дать собственную критическую оценку изучаемого материала
	Уметь ОПК-2: применять типовые алгоритмы для формирования и решения научных задач	Не умеет	Может пересказать смысл данной компетенции	Умеет планировать процессы транспортного производства, но ошибается в управлении транспортными процессами и системами	Умеет планировать процессы транспортного производства, но ошибается в планировании перевозок мелкопартионных грузов	Умеет правильно планировать все процессы транспортного производства
	Знать ОПК-2: виды вероятных нестандартных производственных ситуаций; механизмы возникновения социальной и этической ответственности, возникающей в ходе профессиональной деятельности	Не знает	Не имеет четкого представления о экономико-математических методах определения оптимальных маршрутов	Знает основные системы поиска, отбора и систематизации информации, однако не может определить альтернативные варианты стратегических решений в проблемной ситуации	Понимает методiku связанной с профессиональной деятельностью с использованием стандартов, норм и правил	Способен выделить характерный авторский подход к поставленной задаче

Шкала оценивания заданий на практические занятия - текущий контроль.

Диапазон баллов от 0 до 9.

При оценке заданий на практические занятия используются следующие критерии:

- Умение формировать и применять полученные знания на практике.
- Умение выработать при решении практических заданий таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

Отметкой (7-9 баллов) оценивается результат, который показывает прочные умения применять способы маркетингового обследования районов тяготения транспортных компаний, анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам, менеджмент и маркетинг пассажирских перевозок, методы формирования спроса на

транспортные услуги, анализ рыночных возможностей транспортных предприятий и определение транспортной обеспеченности и доступности, планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке.

Отметкой (5-6 баллов) оценивается результат, который показывает хорошие умения применять способы маркетингового обследования районов тяготения транспортных компаний, анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам, менеджмент и маркетинг пассажирских перевозок, методы формирования спроса на транспортные услуги, анализ рыночных возможностей транспортных предприятий и определение транспортной обеспеченности и доступности, планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке.

Отметкой (2-4 баллов) оценивается результат, который показывает не достаточно хорошие умения применять способы маркетингового обследования районов тяготения транспортных компаний, анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам, менеджмент и маркетинг пассажирских перевозок, методы формирования спроса на транспортные услуги, анализ рыночных возможностей транспортных предприятий и определение транспортной обеспеченности и доступности, планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке.

Отметкой (1балл) оценивается результат, который показывает очень слабые умения применять способы маркетингового обследования районов тяготения транспортных компаний, анализ, сегментация и выбор целевых сегментов рынка транспортных услуг по грузовым перевозкам, менеджмент и маркетинг пассажирских перевозок, методы формирования спроса на транспортные услуги, анализ рыночных возможностей транспортных предприятий и определение транспортной обеспеченности и доступности, планирование комплекса мероприятий маркетинга на транспортном рынке.

Отметкой (0 баллов) оценивается ответ, при котором студент демонстрирует непонимание заданий или нет ответа и даже не было попытки выполнения задания.

Шкала оценивания реферата - рубежный контроль.

Диапазон от 0 до 9 баллов.

Содержание	Баллы
Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме реферата, выполнена задача заинтересовать читателя. Выполнено деление текста на введение, основную часть и заключение. В основной части логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис. Заключение содержит выводы, логично вытекающее из содержания основной части. Все требования, предъявляемые к реферату выполнены. При защите реферата демонстрирует полное понимание проблемы и для выражения своих мыслей использует термины и определения.	9
Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме реферата, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя. В основной части логично, связно, но не достаточно полно доказывается выдвинутый тезис. Заключение содержит выводы, логично вытекающее из содержания основной части. При защите реферата демонстрирует понимание проблемы и для выражения своих мыслей использует термины и определения.	6-8
Во введении тезис сформулирован не четко и не вполне соответствует теме реферата. В основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно убедительно и последовательно. Заключение не полностью соответствует содержанию основной части. При защите реферата демонстрирует не полное понимание проблемы и язык работы в целом не соответствует уровню магистранта.	3-5
Во введении тезис отсутствует или не соответствует теме реферата. В основной части нет логичного последовательного раскрытия темы. Заключение не вытекают из основной части.	1-2

При защите реферата демонстрирует полное непонимание проблемы и язык работы можно оценить, как «примитивный».	
Работа отсутствует или написана не по теме.	0

Шкала оценивания доклада - рубежный контроль

Диапазон от 0 до 9 баллов.

Содержание	Баллы
Соответствие теме. Наличие основной темы в вводной части и обращенность вводной части к аудитории. Развитие темы в основной части (раскрытие основных положений через систему аргументов, подкрепленных фактами, примерами и т.д.) Наличие выводов, соответствующих теме и содержанию основной части	4
Правильность и точность речи во время доклада. Широта кругозора, ответы на вопросы. Соблюдение регламента.	3
Текст доклада написан коротко, хорошо и сформированные идеи ясно изложены и структурированы. Доклад представлен в логической последовательности.	2
Деление текста на введение, основную часть и заключение Логичный и понятный переход от одной части к другой, а также внутри частей	1

Шкала оценивания промежуточного контроля (зачет с оценкой)

При оценке устных ответов на проверку уровня обученности ЗНАТЬ учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Отметкой (16-20 баллов) оценивается ответ, который показывает прочные знания принципов формирования спроса на транспортные услуги, управление качеством транспортного обслуживания, использование логистики и новых технологий на транспорте.

Отметкой (10-15 баллов) оценивается ответ, который показывает хорошие знания принципов формирования спроса на транспортные услуги, управление качеством транспортного обслуживания, использование логистики и новых технологий на транспорте.

Отметкой (6-10 баллов) оценивается ответ, который показывает не достаточно хорошие знания принципов формирования спроса на транспортные услуги, управление качеством транспортного обслуживания, использование логистики и новых технологий на транспорте.

Отметкой (1-5 баллов) оценивается ответ, который показывает очень слабые знания принципов формирования спроса на транспортные услуги, управление качеством транспортного обслуживания, использование логистики и новых технологий на транспорте.

При оценке ответов на проверку уровня обученности УМЕТЬ и ВЛАДЕТЬ учитываются следующие критерии:

Отметкой (8-10 баллов) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы собственными словами; оценивает альтернативные решения проблемы; профессионально спроектирует принципиальную схему управления. Демонстрирует полное понимание проблемы. Все задания выполнены.

Отметкой (4-7 баллов) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы собственными словами, умеет проектировать принципиальную схему управления. Демонстрирует значительное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к

заданию выполнены.

Отметкой (1-3 балла) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами, но слабо умеет проектировать принципиальную схему управления. Демонстрирует совсем небольшое понимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

Отметкой (0 баллов) оценивается ответ, при котором студент демонстрирует непонимание проблемы или нет ответа и даже не было попытки выполнения задания.

Раздел 5. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины / практики и выполнению контрольных заданий

Методические рекомендации студентам.

Изучение дисциплины осуществляется в четырех формах:

- 1) посещение лекций;
- 2) решение практических задач на практических занятиях;
- 3) закрепление пройденного материала;
- 4) самостоятельная подготовка.

В процессе аудиторных занятий студенты знакомятся с теоретико-методологическими основами изучаемой дисциплины. Важным условием освоения теоретических знаний является ведение конспектов лекций. Необходимо осмысливание и усвоение терминологии изучаемой дисциплины и важнейших количественных констант. Материалы лекционных курсов следует своевременно подкреплять проработкой соответствующих разделов в учебниках, учебных пособиях, научных статьях и монографиях (см. список литературы).

Дополнительная проработка изучаемого материала проводится на практических занятиях, закрепление пройденного материала осуществляется при выполнении практических работ. При изучении программного материала две третьих общего объема учебной нагрузки магистрантов приходится на самостоятельную работу, которую необходимо выполнять по всем разделам программы в форме изучения рекомендуемой основной и дополнительной литературы, самостоятельных занятий по подбору и анализу литературных источников, выполнению рефератов и докладов. Самостоятельная работа может осуществляться в виде проработки теоретических и практических материалов в учебном помещении оснащенном компьютерами, подключенными к сети «Интернет» с обеспечением доступа в электронную информационно - образовательную среду университета, а также написания рефератов и докладов, выполнения практических заданий, работы в библиотеках и т.п. Обучающиеся должны соблюдать дисциплину, вовремя приходить на занятия, осуществлять должную подготовку к ним, сдавать домашние задания и готовиться к практическим работам, проявлять активность на занятиях. Во время изучения учебной дисциплины текущий контроль знаний студентов осуществляется путем систематического опроса на практических занятиях, проверки результатов выполнения самостоятельных работ. В ходе проведения всех видов занятий значительное место уделяется активизации самостоятельной работы студентов с целью углубленного освоения разделов программы и формирования навыков самообразования.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РЕФЕРАТА

Реферат должен быть выполнен в программе Microsoft Word. Распечатан на одной стороне листа стандартного формата – А4. Поля страницы: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – по 20 мм. Выравнивание текста – по ширине. Красная строка оформляется на одном уровне на всех страницах реферата. Отступ красной строки равен 1,25 см. Шрифт основного текста – Times New Roman. Размер – 14 п. Цвет – черный. Интервал между строками – полуторный. Оформление заголовков. Названия глав прописываются полужирным (размер – 16 п.), подзаголовки также выделяют жирным (размер – 14 п.). Точки в конце заголовков не ставятся. Подчеркивать заголовок не нужно! Названия разделов и подразделов прописывают заглавными буквами (ВВЕДЕНИЕ, ЗАКЛЮЧЕНИЕ). Интервалы после названий и подзаголовков. Между названием главы и основным текстом необходим интервал в 2,5 пункта. Интервал между подзаголовком и текстом – 2 п. Между названиями разделов и подразделов оставляют двойной интервал. Нумерация страниц

ставится внизу страницы по центру. Отсчет ведется с титульного листа, но сам лист не нумеруют. Используются арабские цифры. Примечания располагают на той же странице, где сделана сноска. Они заключаются в скобки. Авторская пунктуация и грамматика сохраняется. Главы нумеруются римскими цифрами (Глава I, Глава II), параграфы – арабскими (1.1, 1.2). Структура реферата: - Титульный лист; - Оглавление; - Введение; - Основная часть; - Заключение; Список использованной литературы (библиография). Объем реферата – 20-30 страниц.

ПОДГОТОВКА ДОКЛАДА

Устное выступление-доклад должен представлять собой не пересказ чужих мыслей, а попытку самостоятельной проблематизации и концептуализации определенной, достаточно узкой и конкретной темы. Все имеющиеся в работе сноски тщательно выверяются и снабжаются «адресами». Недопустимо включать в свою работу выдержки из работ других авторов без указания на это, пересказывать чужую работу близко к тексту без отсылки к ней, использовать чужие идеи без указания первоисточника. Это касается и источников, найденных в Интернете. Необходимо указывать полный адрес сайта. Все случаи плагиата должны быть исключены. В конце работы дается исчерпывающий список всех использованных источников. Порядок выполнения доклада:

- 1) подготовка плана доклада;
- 2) работа с источниками и литературой, сбор материала;
- 3) написание текста доклада;
- 4) оформление рукописи и предоставление ее преподавателю до начала доклада, что определяет готовность студента к выступлению;
- 5) выступление с докладом, ответы на вопросы.

Тематика доклада предлагается преподавателем в ФОС.

Основные этапы подготовки доклада:

- 1) выбор темы;
- 2) консультация преподавателя;
- 3) подготовка плана доклада;
- 4) работа с источниками и литературой, сбор материала;
- 5) написание текста доклада;
- 6) оформление рукописи и предоставление ее преподавателю до начала доклада, что определяет готовность студента к выступлению;
- 7) выступление с докладом, ответы на вопросы.

Тематика доклада предлагается преподавателем в ФОС.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ ЗАДАНИЙ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ. Практические занятия проводятся после изучения соответствующих разделов и тем лекционных занятий. Выполнение обучающимися заданий на практические занятия позволяет им понять, где и когда изучаемые теоретические положения и практические умения могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Цель практических занятий: формирование практических умений и навыков, необходимых в последующей профессиональной деятельности.

Задачи практических занятий:

- обобщить, систематизировать, углубить, закрепить полученные теоретические знания по конкретным темам дисциплин профессионального цикла;
- формировать умения применять полученные знания на практике;
- выработать при решении практических заданий таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива.

На практических занятиях обучающиеся овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые в дальнейшем закрепляются и совершенствуются в процессе производственно-технологической и преддипломной практики и научно-исследовательской работы.