

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг услуг автомобильного сервиса»

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг услуг автомобильного сервиса» является частью программы магистратуры «Управление производством автомобильного сервиса» по направлению «23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов».

### Цели и задачи дисциплины

Формирование комплекса знаний, умений и навыков, направленных на повышение эффективности процессов менеджмента и маркетинга на предприятиях, оказывающих услуги автомобильного сервиса..

### Изучаемые объекты дисциплины

Предприятия автомобильного сервиса.

### Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		2	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	18	18	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36	36	
Дифференцированный зачет			
Зачет			
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)	18	18	
Общая трудоемкость дисциплины	180	180	

### Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
2-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Общая характеристика системы управления качеством продукции на предприятиях автомобильного сервиса	2	0	4	15
Общая характеристика системы управления качеством продукции на автомобильного сервиса. Значение качества продукции. Система управления качеством. Стандарты ИСО 9000.				
Эффективность деятельности предприятий автомобильного сервиса	4	0	8	15
Конкуренция. Определение, виды конкуренции. Виды конкуренции: функциональная конкуренция, видовая конкуренция, предметная конкуренция. Конкурентоспособность товара, услуги. Методы повышения конкурентоспособности в автомобильном автосервисе. Установление цен на услуги. Установление цен на услуги. Методы установления цен, их виды. Этапы разработки ценовой стратегии. Приемы установления цен на услуги автомобильного сервиса с целью повышения конкурентоспособности. Маркетинговый анализ. Маркетинговый анализ как результат маркетингового исследования. Методология стратегического анализа в маркетинге. Методы проведения маркетингового анализа. Систематизация и анализ плана маркетинга. Стратегическое планирование в маркетинге. Оценка деятельности предприятий автомобильного сервиса. Разделы плана маркетинга: разработка бюджета маркетинга, разработка эффективной коммуникации, выявление целевой аудитории, анализ плана маркетинга, маркетинговых затрат и сбыта (предоставления) сервисных услуг.				
Совершенствование процессов управления автомобильным сервисом	2	0	4	15
Управление рисками на предприятиях автомобильного сервиса. Понятийный аппарат управления рисками. Методологические основы принятия риск-решений. Алгоритм управления и классификация методов управления рисками. Механизмы и принципы управления на				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
предприятиях автомобильного сервиса. Тема 6. Управление организационными изменениями рисками на предприятиях автомобильного сервиса. Понятие организационной структуры предприятия и ее особенности на предприятиях автомобильного сервиса. Сущность и подходы к организационному проектированию. Развитие и саморазвитие на предприятиях автомобильного сервиса.				
Анализ и совершенствование системы управления качеством продукции предприятий автомобильного сервиса.	2	0	4	15
Анализ и совершенствование системы управления качеством продукции предприятий автомобильного сервиса. Общая характеристика. Анализ организационной структуры. Действующие процедуры входного, операционного, приемочного и инспекционного контроля качества продукции. Внутренний аудит.				
Определение показателей состояния TQM организации на предприятиях автомобильного сервиса.	2	0	4	15
Определение показателей состояния TQM организации на предприятиях автомобильного сервиса. Создание информационной базы. Показатели качества. Оценка возможности персонала. Оценка поставщиков. Комплексная самооценка предприятия. Разработка бизнес-процессов управления качеством на предприятиях автомобильного сервиса. Системы менеджмента качества. Ключевые бизнес-процессы. Роль и задачи персонала. Идентификация бизнес-процессов. Показатели и оценка эффективности.				
Понятие маркетинга и его роль в оказании услуг автомобильного сервиса.	6	0	8	15
Понятие маркетинга. Основные концепции маркетинга. Процесс управления маркетингом: анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, разработка комплекса маркетинга, реализация маркетинговых мероприятий. Система маркетинговой информации (СМИ). Процесс маркетинговых исследований. Виды				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
<p>исследовательской деятельности, связанные с управлением маркетингом в области автомобильного сервиса. Информация для маркетинговых решений. Маркетинговые коммуникации в автомобильном сервисе. Целевой рынок и потребители услуг. Сегментация рынка сервисных услуг. Понятие сегментации рынка, сегмента рынка, ниши рынка. Последовательность создания сегмента рынка. Отбор и выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара, услуги на рынке.</p> <p>Планирование и продвижение услуг. Показатели спроса и предложения. Планирование, разработка и продвижение услуг. Этапы жизненного цикла товара (услуги). Потребности потребителей по предоставлению сервисных услуг. Стратегия разработки новых товаров-услуг.</p>				
ИТОГО по 2-му семестру	18	0	32	90
ИТОГО по дисциплине	18	0	32	90