

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе


_____ Н.В.Лобов

« 09 » декабря 20 19 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: _____ Менеджмент и маркетинг услуг автомобильного сервиса
(наименование)

Форма обучения: _____ очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: _____ магистратура
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: _____ 180 (5)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических
_____ машин и комплексов
(код и наименование направления)

Направленность: _____ Управление производством автомобильного сервиса
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

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

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

Предприятия автомобильного сервиса

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-2.1	ИД-1ПК-2.1	методы анализа удовлетворенности потребителя; методы решения проблем и статистического анализа;	Знает методы анализа удовлетворенности потребителя; методы решения проблем и статистического анализа;	Собеседование
ПК-2.1	ИД-2ПК-2.1	умение анализировать показатели процессов сервисного центра; определять модели менеджмента качества; выбирать целесообразные концепции управления маркетингом;	Умеет анализировать показатели процессов сервисного центра;	Отчёт по практическому занятию
ПК-2.1	ИД-3ПК-2.1	навыки разработки предложений по совершенствованию сервисного обслуживания с учетом оценки удовлетворенности потребителей	Владеет навыками разработки предложений по совершенствованию сервисного обслуживания с учетом оценки удовлетворенности потребителей	Экзамен
ПК-2.3	ИД-1ПК-2.3	гарантийную политику организации-изготовителя АТС и нормативно-правовые акты в области оказания сервисных услуг;	Знает технические и эксплуатационные свойства АТС; гарантийную политику организации-изготовителя АТС и нормативно-правовые акты в области оказания сервисных услуг;	Собеседование

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-2.3	ИД-2ПК-2.3	управление затратами, умеет организовывать деятельность организаций сервиса с позиций совершенствованию документооборота; использовать приемы принятия рациональных решений; организовывать управленческую деятельность в коллективе;	Умеет управлять затратами; контролировать деятельность по вопросам ТО и ремонта в гарантийный период	Отчёт по практическом у занятию
ПК-2.3	ИД-3ПК-2.3	навыки формирования программы аудита процесса выполнения гарантийных обязательств	Владеет навыками формирования программы аудита процесса выполнения гарантийных обязательств;	Экзамен

3. 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	

4. 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				
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.				
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.				
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.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
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 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.				
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 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. 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.				
Эффективность деятельности предприятий автомобильного сервиса	4	0	8	15
Конкуренция. Определение, виды конкуренции. Виды конкуренции: функциональная конкуренция, видовая конкуренция, предметная конкуренция.				

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>Конкурентоспособность товара, услуги. Методы повышения конкурентоспособности в автомобильном автосервисе.</p> <p>Установление цен на услуги.</p> <p>Установление цен на услуги. Методы установления цен, их виды. Этапы разработки ценовой стратегии.</p> <p>Приемы установления цен на услуги автомобильного сервиса с целью повышения конкурентоспособности.</p> <p>Маркетинговый анализ.</p> <p>Маркетинговый анализ как результат маркетингового исследования. Методология стратегического анализа в маркетинге. Методы проведения маркетингового анализа.</p> <p>Систематизация и анализ плана маркетинга.</p> <p>Стратегическое планирование в маркетинге. Оценка деятельности предприятий автомобильного сервиса.</p> <p>Разделы плана маркетинга: разработка бюджета маркетинга, разработка эффективной коммуникации, выявление целевой аудитории, анализ плана маркетинга, маркетинговых затрат и сбыта (предоставления) сервисных услуг.</p>				
ИТОГО по 2-му семестру	18	0	32	90
ИТОГО по дисциплине	18	0	32	90

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Система управления качеством. Стандарты МС ИСО 9000. Управление качеством
2	Создание информационной базы. Показатели качества
3	Оценка возможности персонала. Оценка поставщиков. Комплексная самооценка предприятий автомобильного сервиса
4	Идентификация бизнес-процессов. Показатели и оценка эффективности
5	Общая характеристика. Анализ организационной структуры предприятий автомобильного сервиса
6	Оценка эффективности. Направления и этапы совершенствования
7	Распределение должностных обязанностей
8	Внутренний аудит предприятий автомобильного сервиса
9	Прикладные компьютерные программы менеджмента
10	Определение рисков и рискообразующих факторов предприятий автомобильного сервиса

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
11	Расчет емкости рынка, запасных частей и сервиса. Оценка емкости авторынка по товарам и услугам. Схема маркетинговых исследований в сфере автомобильного сервиса (ознакомление с основными этапами маркетингового исследования; научиться формулировать цели исследования и выбирать пути наиболее эффективного сбора информации; овладеть навыками сбора первичных данных).
12	Бизнес-планирование. Анализ плана маркетинга в автосервисе.

Тематика примерных курсовых проектов/работ

№ п.п.	Наименование темы курсовых проектов/работ
1	Отбор целевых рынков предприятий автосервиса (по вариантам)

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при которой учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установления связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Системы, технологии и организация услуг в автомобильном сервисе : учебник для вузов / А. Н. Ременцов [и др.]. - Москва: Академия, 2013.	11
2	Управление качеством : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / С. В. Бочкарёв [и др.]. - Старый Оскол: ТНТ, 2019.	11
3	Управление производством и операциями : учебное пособие / В. Л. Попов [и др.]. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2012.	6
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. - Москва: Бизнес-книга, ИМА-Кросс. Плюс, 1995.	7
2	Мескон М.Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - М.: Вильямс, 2008.	1
3	Молодчик А. В. Менеджмент: Стратегия, структура, персонал : учебное пособие / А. В. Молодчик. - Москва: Высш. шк. экон., 1997.	12
4	Попов В.Н. Системный анализ в менеджменте : учебное пособие / В.Н. Попов, В.С. Касьянов, И.П. Савченко. - М.: КНОРУС, 2007.	3
2.2. Периодические издания		
1	Автомобильная промышленность : научно-технический журнал / Министерство образования и науки Российской Федерации; Автосельхозмашхолдинг. - Москва: Машиностроение, 1930 - .	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
1	Шемякина Т. Ю. Производственный менеджмент. Управление качеством (в строительстве) : учебное пособие для вузов / Т. Ю. Шемякина, М. Ю. Селивохин. - Москва: Альфа-М, ИНФРА-М, 2013.	2

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Риск-менеджмент на предприятиях автомобильного транспорта	http://www.dslib.net/economika-xoziajstva/risk-menedzhment-na-predpriyatijah-avtomobilnogo-transporta.html	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Шиловский В. Н. Маркетинг и менеджмент технического сервиса машин и оборудования: учебное пособие для вузов / В. Н. Шиловский, А. В. Питухин, В. М. Костюкевич. - Санкт- Лань Петербург [и др.]:, 2015.	http://elib.pstu.ru/Record/RUPSTUbooks176738	сеть Интернет; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567
Прикладное программное обеспечение общего назначения	Dr.Web Enterprise Security Suite, 3000 лиц, ПНИПУ ОЦНИТ 2017

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Курсовая работа	Компьютеры	10
Лекция	Проектор, ноутбук	1
Практическое занятие	Проектор, ноутбук	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе