

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг автосервиса»

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг автосервиса» является частью программы бакалавриата « Эксплуатация транспортно- технологических машин и комплексов (Эксплуатация наземных транспортных, технологических и беспилотных машин)» по направлению «23.03.03 Эксплуатация транспортно- технологических машин и комплексов»

Цели и задачи дисциплины

Формирование комплекса знаний, умений и навыков при планировании работ по ТО и ремонту АТС
--

Изучаемые объекты дисциплины

Предприятия автомобильного сервиса

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:		
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:	54	54
- лекции (Л)	34	34
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	18	18
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет		
Зачет	+	+
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

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
7-й семестр				
Принципы, функции и инструменты менеджмен-	8	0	6	10

та на предприятиях автосервиса				
<p>Тема 1. Основы менеджмента на предприятиях автосервиса. Основные принципы, функции и приемы автосервисного менеджмента. Особенности процесса управления на предприятиях автосервиса.</p> <p>Тема 2. Понятие организаций и типы организационно-управленческих структур автосервисных предприятий. Общие характеристики организации автосервиса (управление механизации, автотранспортное предприятие, автосервисное предприятие, автосалон, автозаправочная станция, предприятия по хранению АТС). Показатели эффективности деятельности организаций автосервиса.</p> <p>Тема 3. Разработка и реализация стратегии рыночного поведения автосервисных предприятий. Системы экономических взаимоотношений в автосервисной отрасли. Организационное обеспечение качества автосервисных услуг и его связь с ценовой политикой. Понятие стратегического планирования в автосервисе, его цели и функции. Основы разработки и реализации технической политики и стратегии автосервисных предприятий.</p>				
Управление производством автосервиса	6	0	4	11
<p>Тема 4. Основы управления производством на автосервисных предприятиях. Общие принципы организации и управления автосервисом. Производственные мощности, месторасположение, проектные решения автосервисов. Графики Ганта на предприятиях по обслуживанию транспортных и технологических машин. Бизнес-планирование программ обслуживания и ремонта транспортных и технологических машин.</p> <p>Тема 5. Нормирование ГСМ на предприятиях автосервиса. Влияние технического обслуживания на расход ГСМ. Нормирование расхода топлива транспортных и технологических машин. Определение нормативного расхода топлива на транспортную и технологическую работу транспортных и технологических машин.</p>				
Понятие маркетинга в автосервисе	8	0	4	15
<p>Тема 6. Понятие маркетинга и его роль в оказании автосервисных услуг. Маркетинг в сфере автосервисных услуг. Особенности развития маркетинга автосервисных предприятий.</p> <p>Тема 7. Ориентация организаций на рынке автосервиса. Основные концепции управления маркетингом. Применение концепций управления маркетингом в автосервисных предприятиях.</p>				
Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий в автосервисе	12	0	4	18

<p>Тема 8. Разработка, планирование и продвижение автосервисных услуг. Целевой рынок и потребители автосервисных услуг. Отбор целевых рынков на предприятиях автосервиса. Сущность сегментирования автосервисных предприятий. Позиционирование услуги, товара на рынке автосервисных услуг. Критерии эффективного позиционирования услуги на рынке автосервисных услуг. Процесс управления маркетингом в автосервисе. Стратегии разработки новых автосервисных услуг.</p> <p>Тема 9. Маркетинговые исследования в автосервисе. Методы исследовательской деятельности в автосервисных организациях.</p> <p>Тема 10. Ценообразование в маркетинге автосервиса. Ценообразующие факторы в автосервисе. Ценовая стратегия в автосервисе.</p> <p>Тема 11. Конкуренция в автосервисе. Виды конкуренции в автосервисе. Методы проведения маркетингового анализа в автосервисе</p>				
ИТОГО по 7-му семестру	34	0	18	54
ИТОГО по дисциплине	34	0	18	54

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического занятия
1.	Разработка организационной структуры автосервисного предприятия
2.	Проведение SWOT- анализа автосервисного предприятия
3.	Решение кейсов по менеджменту и маркетингу на примерах автосервисных предприятиях
4.	Позиционирование услуги на рынке на примере автосервиса
5.	Исследование удовлетворённости клиентов автосервиса
6.	Составление плана подготовки к презентации новой модели автомобиля, нового автотехцентра, услуги на автосервисных предприятиях
7.	Формирование маркетинговых коммуникаций на примерах автосервисных предприятиях
8.	Нормирование расхода ГСМ. Определение нормативного расхода топлива на транспортную и технологическую работу
9.	Разработка концепции управления маркетингом на автосервисных предприятиях