

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Лысьвенский филиал
федерального государственного автономного образовательного учреждения
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский
политехнический университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине
«Менеджмент и маркетинг автосервиса»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки: 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов

Направленность (профиль) образовательной программы: Эксплуатация наземных транспортных, технологических и беспилотных машин

Квалификация выпускника: «Бакалавр»

Выпускающая кафедра: Общенаучных дисциплин

Форма обучения: Очная, заочная

Курс: 4 (5)

Семестр: 7 (9)

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану: 3 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану: 108 ч.

Форма промежуточной аттестации:

Зачёт: 7 (9) семестр

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (7-го семестра учебного плана очной формы обучения; 9-го семестра учебного плана заочной формы обучения) и разбито на 2 учебных модуля. В каждом модуле предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, защите практических занятий и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля			
	Текущий	Рубежный		Итоговый
	ТО	ОПЗ	КР	зачёт
Усвоенные знания				
З.1 Знать планирование, организацию, координацию, мотивацию и контроль за выполнением работ организации-изготовителя АТС по ТО и ремонту АТС и их компонентов.	ТО1		Т/КР	ТВ
Освоенные умения				
У.1 Уметь выполнять расчёт затрат времени, запасных частей и иных ресурсов		ОПЗ	Т/КР	ПЗ
Приобретенные владения				
В.1 Владеть навыками документального оформления основных этапов менеджмента и маркетинга услуг по ТО и ремонту АТС		ОПЗ	Т/КР	ПЗ

С – собеседование по теме; ТО – теоретический опрос; ОПЗ – отчет по практическому занятию; КР – контрольная работа; ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в форме зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;

- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;

- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланчного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), защиты отчетов по лабораторным и практическим работам, рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;

- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) в форме защиты практических занятий, рубежных контрольных работ и рубежного тестирования (после изучения каждого модуля учебной дисциплины).

2.2.1. Защита практических занятий

Всего запланировано 9 практических занятий. Типовые темы практических занятий приведены в РПД.

Защита практических занятий проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.3. Рубежная контрольная работа

Согласно РПД запланировано 2 рубежные контрольные работы (КР) после освоения студентами учебных модулей дисциплины. Первая КР по модулю 1 «Основы менеджмента на предприятиях автосервиса», вторая КР – по модулю 2 «Основы маркетинга на предприятиях автосервиса».

Типовые задания первой КР:

1. Организационное обеспечение качества автосервисных услуг и его связь с ценовой политикой.
2. Влияние технического обслуживания на расход ГСМ. Нормирование расхода топлива транспортных и технологических машин

Типовые задания второй КР:

1. Составить план проекта по разработке сбалансированной концепции и бизнеса автосервисного предприятия.
2. Составить план проекта по разработке SWOT-анализа в организациях автосервиса.

Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.4. Рубежное тестирование

Запланировано 2 рубежных тестирования (Т) после освоения студентами учебных модулей дисциплины. Первое Т по модулю 1 «Основы менеджмента на предприятиях автосервиса», второе Т – по модулю 2 «Основы маркетинга на предприятиях автосервиса».

Типовые шкала и критерии оценки результатов рубежного тестирования приведены в общей части ФОС образовательной программы.

Модуль 1 «Основы менеджмента на предприятиях автосервиса»

Вариант 1

1. Постоянное и системное влияние на деятельность структурных подразделений предприятия для обеспечения их согласованной работы и достижения запланированного результата – это _____ предприятием (вставьте пропущенное слово).

2. При _____ стиле руководства лидер предоставляет своей команде свободу действий в работе, а также при необходимости обеспечивает поддержкой и советами (вставьте пропущенное слово).

3. "Управлять - значит прогнозировать и планировать, организовывать, руководить командой, координировать и контролировать". Кому принадлежит это изречение? Укажите фамилию ав-

тора.

4. Оптимальное распределение ресурсов для достижения поставленных целей; деятельность, связанная с постановкой целей и действий в будущем – это _____ (вставьте пропущенное слово).
5. Структура, в которой должностные позиции группируются в организационные звенья по признаку выполнения ими функций – это _____ структура (вставьте пропущенное слово).
6. Рабочая структура, в рамках которой участники подчиняются нескольким руководителям (подчиняются руководителю проекта, а также главе своего подразделения) – это _____ структура (вставьте пропущенное слово).
7. Признание заслуг и похвала руководителя, карьерный рост, обучение за счёт работодателя – относятся к методам _____ мотивации персонала (вставьте пропущенное слово).
8. Объём производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль – это точка _____ (вставьте пропущенное слово).
9. Разность между всеми денежными притоками и оттоками, приведёнными к текущему моменту времени – это чистая _____ стоимость (вставьте пропущенное слово).
10. Показатель метода чистой приведённой стоимости, который рассчитывается как отношение суммы дисконтированных денежных потоков к первоначальным инвестициям – это индекс _____ инвестиций (вставьте пропущенное слово).
11. Определение стоимости денежного потока путём приведения стоимости всех выплат к определённому моменту времени – это _____ (вставьте пропущенное слово).
12. Неполнота и неточность информации о внутренних и внешних условиях реализации проекта, поэтому возможны те или иные непредсказуемые события, вероятностные характеристики которых неизвестны – это _____ (вставьте пропущенное слово).
13. Размер выручки или объём производства, при котором бизнес полностью окупает затраты на себя, но не выходит в прибыль – это порог _____ (вставьте пропущенное слово).
14. Внедрённое или внедряемое новшество, обеспечивающее повышение эффективности процессов и (или) улучшение качества продукции, востребованное рынком – это _____ (вставьте пропущенное слово).
15. Процесс последовательного превращения идеи в новый товар или услугу – это _____ процесс (вставьте пропущенное слово).
16. В зависимости от источника возникновения инвестиционного риска они подразделяются на:
 - а) деловой риск
 - б) финансовый риск
 - в) процентный риск
 - г) случайный риск
 - д) все ответы верны

17. Период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на инвестиции:

- а) индекс рентабельности
- б) срок окупаемости
- в) внутренняя норма доходности
- г) чистый приведенный эффект

18. Если деятельность компании распространена на несколько регионов, в которых требуется использование различных стратегий, то целесообразно формировать данную структуру управления по территориальному принципу:

- а) дивизионально-продуктовая
- б) дивизионально-региональная
- в) матричная
- г) проектная

19. Какая функция не относится к основным функциям управления?

- а) планирование
- б) организация
- в) интеграция
- г) контроль

20. Какой стиль отсутствует в классификации стилей руководства, предложенной немецким психологом Куртом Левином в 1930-е гг.:

- а) авторитарный
- б) либеральный
- в) новаторский
- г) демократический

Правильные ответы:

- 1. управление
- 2. либеральном
- 3. Файоль (Анри Файоль)
- 4. планирование
- 5. функциональная
- 6. матричная
- 7. нематериальной
- 8. безубыточности
- 9. приведенная
- 10. рентабельности
- 11. дисконтирование
- 12. неопределённость
- 13. рентабельности
- 14. инновация (нововведение)
- 15. инновационный
- 16. д
- 17. б
- 18. б
- 19. в
- 20. в

Вариант 2

1. Привычная для руководителя модель взаимодействия с подчиненными – это _____ управления (вставьте пропущенное слово).
2. Стил ь управления, который отличается жестким руководством, работа выполняется за счет жестких поручений и распоряжений – это _____ стил ь (вставьте пропущенное слово).
3. Побуждение к действию; психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленность, организацию, активность и устойчивость – это _____ (вставьте пропущенное слово).
4. Центральная функция процесса управления, обеспечивающая, во-первых, его бесперебойность и непрерывность и, во-вторых, взаимосвязь всех функций – это _____ (вставьте пропущенное слово).
5. Сложная система взаимодействия между подразделениями компании, руководством и подчиненными – это _____ управления предприятием (вставьте пропущенное слово).
6. Структура управления, которая характеризуется тем, что во главе каждого подразделения стоит руководитель, сосредоточивший в своих руках все функции управления и осуществляющий единоличное руководство подчиненными ему работниками – это _____ структура (вставьте пропущенное слово).
7. Структура управления предприятием, в которой управленческие функции распределены по отдельным направлениям, продуктам или услугам, которые предоставляет компания – это _____ структура (вставьте пропущенное слово).
8. Одна из основных функций системы управления, его осуществляют на основе наблюдения за поведением управляемой системы с целью обеспечения оптимального функционирования последней – это функция _____ (вставьте пропущенное слово).
9. Способность продукции быть привлекательной по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения благодаря лучшему соответствию своих характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам – это _____ продукции (вставьте пропущенное слово).
10. «Долгосрочные вложения» государственного или частного капитала в собственной стране или за рубежом с целью получения дохода, в предприятия разных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы, инновационные проекты – это _____ (вставьте пропущенное слово).
11. Экономический или социальный проект, основывающийся на инвестициях – это _____ проект (вставьте пропущенное слово).
12. _____ норма доходности — это такая ставка дисконтирования, при которой инвестор получит назад все вложения, то есть выйдет в ноль (вставьте пропущенное слово).
13. Сочетание вероятности и последствий наступления неблагоприятных событий – это _____ (вставьте пропущенное слово).
14. Допустимый уровень риска, оправданный с точки зрения экономических, социальных и

экологических факторов и с которым общество в целом готово мириться ради получения определённых положительных результатов своей деятельности – это _____ риск (вставьте пропущенное слово).

15. Период времени, необходимый для того, чтобы доходы, генерируемые инвестициями, покрыли затраты на инвестиции – это срок _____ инвестиций (вставьте пропущенное слово).

16. Инвестиции в ценные бумаги, формируемые в виде портфеля ценных бумаг:

- а) портфельные
- б) реальные
- в) интеллектуальные
- г) нет правильного ответа

17. Отметьте основные виды инвестиций по объектам:

- а) реальные
- б) портфельные
- в) интеллектуальные
- г) все ответы верны

18. В данной структуре полномочия по руководству производством и сбытом какого-либо продукта или услуги передаются одному руководителю, который является ответственным за данный вид продукции:

- а) дивизионально-продуктовая
- б) дивизионально-региональная
- в) матричная
- г) проектная

19. Согласно какой теории Дугласа Макгрегора, управление предполагает, что работники могут быть амбициозными, иметь внутренние стимулы, стремиться взять на себя больше ответственности, осуществлять самоконтроль и самоуправление:

- а) теория X
- б) теория Y
- в) теория Z
- г) теория V

20. Какой стиль управления согласно «Управленческой решетке Блэйка-Моутона» из Университета в штате Огайо (1964 г.) проявляется в том, что руководитель много внимания уделяет заботе о сотрудниках и мало – заботе о задачах и производстве:

- а) командное руководство
- б) авторитарное руководство
- в) социальное руководство
- г) примитивное руководство

Правильные ответы:

- 1. стиль
- 2. авторитарный
- 3. мотивация
- 4. координация
- 5. структура
- 6. линейная
- 7. дивизионная

8. контроля
9. конкурентоспособность
10. инвестиции
11. инвестиционный
12. внутренняя
13. риск
14. приемлемый
15. окупаемости
16. а
17. г
18. а
19. б
20. в

Модуль 2 «Основы маркетинга на предприятиях автосервиса»

Вариант 1

1. Приёмы, процедуры и операции эмпирического, теоретического и практического изучения и анализа маркетинговой среды, в которой существует компания – это _____ маркетинговых исследований (вставьте пропущенное слово).
2. Маркетинговая теория, основанная на четырёх основных «координатах» маркетингового планирования, получила название комплекс маркетинга или «_____» (вставьте пропущенное слово).
3. Продукт труда, имеющий стоимость и распределяющийся в обществе путём обмена, купли-продажи – это _____ (вставьте пропущенное слово).
4. Сумма денег, которая уплачивается при покупке товаров или услуг – это _____ товара (вставьте пропущенное слово).
5. Организация распространения продукта с целью продажи – это _____ (вставьте пропущенное слово).
6. Правила коммуникативного поведения компании и коммуникативного взаимодействия торговых марок, товаров и компании с рынком называются _____ политикой (вставьте пропущенное слово).
7. Маркетинговая _____ компании содержит ценностное предложение компании, ее ключевые сообщения, информацию о демографических характеристиках целевых потребителей и другие данные по рынку (вставьте пропущенное слово).
8. Метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы – это метод _____ анализа (ответ запишите в виде аббревиатуры из английских букв).
9. Стратегия маркетинга, предполагающая форму развития бизнеса, подразумевающую выбор одного сегмента в отрасли и удовлетворение потребностей этого сегмента с большей эффективностью, чем это могут сделать конкуренты?
10. Стратегия _____ подразумевает, что компания удерживает текущие позиции на

рынке за счёт того, что останавливается на продвижении товаров или услуг, которые приносят основной доход, несмотря на низкие темпы роста (вставьте пропущенное слово).

11. Подразделение предприятия, отвечающее за проведение маркетинговых исследований, за организацию сбыта и рекламу, за организацию клиентского сервиса и др. – это служба _____ (вставьте пропущенное слово).

12. Результат (как правило, нематериальный), по меньшей мере, одного действия, осуществлённого при взаимодействии поставщика и потребителя – это _____ (вставьте пропущенное слово).

13. Свойство услуги, которое означает отсутствие овеществленной формы и свидетельствует о том, что услугу нельзя транспортировать, упаковать, переносить? _____

14. Организационная структура управления, основанная на принципе двойного подчинения исполнителей? _____

15. Организационная структура управления, в которой должностные позиции группируются в организационные звенья по признаку выполнения ими функций? _____

16. Выберите верные способы дифференциации продукции:

- а) повышение качества продукции
- б) повышение качества обслуживания покупателей
- в) реклама (с целью проинформировать покупателей об особенностях продукции)
- г) все ответы верны

17. Отметьте элементы, которые включают в себя коммуникации:

- а) отправитель
- б) сообщение
- в) канал
- г) получатель
- д) все ответы верны

18. Какого инструмента маркетинга НЕТ в модели комплекса маркетинга «7Р»:

- а) продукт
- б) цена
- в) место
- г) время

19. Какой инструмент маркетинга НЕ входит в базовую модель комплекса маркетинга «4Р»:

- а) товар
- б) цена
- в) место
- г) люди

20. Какие их перечисленных методов относятся к основным методам проведения маркетинговых исследований:

- а) наблюдение
- б) фокус-группы
- в) опросы
- г) данные о поведении покупателя

- д) эксперименты
- е) все ответы верны

Правильные ответы:

1. методы
2. 4P
3. товар
4. цена
5. сбыт
6. коммуникационной
7. стратегия
8. SWOT
9. фокусирование
10. удержания
11. маркетинга
12. услуга
13. неосязаемость
14. матричная
15. функциональная
16. г
17. д
18. г
19. г
20. е

Вариант 2

1. Источник актуальной и важной информации о ситуации на рынке, эффективности компании в вопросе продвижения продукции – это маркетинговое _____ (вставьте пропущенное слово).

2. Расширенная модель маркетинг-микса, состоящая из семи элементов: product, price, place, promotion, process, physicalevidence, получила название «_____» (вставьте пропущенное слово).

3. _____ политика – это совокупность принципов и целей деятельности предприятия, предусматривающих производство товаров, в наибольшей степени удовлетворяющих потребителя по показателям конкурентоспособности (вставьте пропущенное слово).

4. Утвержденный в организации комплекс принципов и методик определения цен на товары и услуги с учетом типа сложившейся на рынке конкурентной модели – это _____ политика предприятия (вставьте пропущенное слово).

5. Правила сбытовой деятельности компании, которые фиксируют организационную структуру отдела сбыта и порядок процедур по сбыту товара, называются _____ политикой (вставьте пропущенное слово).

6. Любое информирование целевой аудитории о бренде, продукте или компании – это маркетинговые _____ (вставьте пропущенное слово).

7. Методика постановки целей и ее декомпозиция на задачи, которые делятся на еще более простые шаги – это «дерево _____» (вставьте пропущенное слово).

8. Стратегия лидерства по издержкам относится к _____ стратегиям маркетинга (вставьте пропущенное слово).

9. О какой стратегии идет речь, если компания предлагает товары или услуги, которые отличаются от аналогичных у конкурентов, и делает акцент на этом отличии?

10. При этой маркетинговой стратегии снижаются текущие доходы из-за того, что компания масштабирует производство: строит новые заводы, нанимает персонал, закупает оборудование? _____

11. Специалист по продвижению товаров и услуг на рынке – это _____ (вставьте пропущенное слово).

12. Свойством товара или услуги является «неотделимость от потребления»? _____

13. Свойство услуги, которое означает, что услугу нельзя сохранить для дальнейшего длительного использования? _____

14. Организационная структура, характеризующаяся тем, что управляющий имеет возможность координировать и контролировать всю работу по продукту (группе, семейству товаров), хорошо зная его рыночные возможности? _____

15. Вид организационной структуры, который предполагает разделение труда внутри компании по географическому признаку? _____

16. Выберите верные принципы маркетинга:

- а) ориентация всей производственно-сбытовой и научно-исследовательской деятельности на рынок
- б) отслеживание и гибкое реагирование на изменения требований рынка
- в) ориентация на нововведения
- г) все ответы верны

17. Процесс коммуникации НЕ включает следующий элемент:

- а) отправитель
- б) сообщение
- в) операция
- г) канал

18. Какого инструмента маркетинга НЕТ в модели комплекса маркетинга «7Р»:

- а) продукт
- б) продвижение
- в) действие
- г) физическое окружение

19. Какой инструмент маркетинга НЕ входит в базовую модель комплекса маркетинга «4Р»:

- а) товар
- б) цена
- в) процессы
- г) продвижение

20. Какой их перечисленных методов НЕ относится к основным методам проведения

маркетинговых исследований:

- а) наблюдение
- б) фокус-группы
- в) опросы
- г) метод научной абстракции
- д) эксперименты

Правильные ответы:

- 1. исследование
- 2. 7Р
- 3. товарная
- 4. ценовая
- 5. сбытовой
- 6. коммуникации
- 7. целей
- 8. базовым
- 9. дифференциация
- 10. расширение
- 11. маркетолог
- 12. услуги
- 13. несохраняемость
- 14. товарная
- 15. географическая
- 16. г
- 17. в
- 18. в
- 19. в
- 20. г

2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная защита всех практических занятий и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.3.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих индивидуальных заданий студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с про-

ведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций.

2.3.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Основные принципы, функции и приемы автосервисного менеджмента.
2. Особенности процесса управления на предприятиях автосервиса.
3. Понятие организаций и типы организационно-управленческих структур автосервисных предприятий.
4. Общие характеристики организации автосервиса (управление механизации, автотранспортное предприятие, автосервисное предприятие, автосалон, автозаправочная станция, предприятия по хранению АТС).
5. Показатели эффективности деятельности организаций автосервиса.
6. Разработка и реализация стратегии рыночного поведения автосервисных предприятий.
7. Системы экономических взаимоотношений в автосервисной отрасли.
8. Организационное обеспечение качества автосервисных услуг и его связь с ценовой политикой.
9. Понятие стратегического планирования в автосервисе, его цели и функции.
10. Основы разработки и реализации технической политики и стратегии автосервисных предприятий.
11. Основы управления производством на автосервисных предприятиях.
12. Общие принципы организации и управления автосервисом.
13. Производственные мощности, месторасположение, проектные решения автосервисов.
14. Графики Ганта на предприятиях по обслуживанию транспортных и технологических машин.
15. Бизнес-планирование программ обслуживания и ремонта транспортных и технологических машин.
16. Нормирование ГСМ на предприятиях автосервиса.
17. Влияние технического обслуживания на расход ГСМ. Нормирование расхода топлива транспортных и технологических машин.
18. Определение нормативного расхода топлива на транспортную и техноло-

гическую работу транспортных и технологических машин.

19. Понятие маркетинга и его роль в оказании автосервисных услуг.
20. Маркетинг в сфере автосервисных услуг.
21. Особенности развития маркетинга в автосервисных предприятиях.
22. Ориентация организаций на рынке автосервиса.
23. Основные концепции управления маркетингом.
24. Применение концепций управления маркетингом в автосервисных предприятиях.
25. Разработка, планирование и продвижение автосервисных услуг.
26. Целевой рынок и потребители автосервисных услуг.
27. Отбор целевых рынков на предприятиях автосервиса.
28. Сущность сегментирования автосервисных предприятий.
29. Позиционирование услуги, товара на рынке автосервисных услуг.
30. Критерии эффективного позиционирования услуги на рынке автосервисных услуг.
31. Процесс управления маркетингом в автосервисе. Стратегии разработки новых автосервисных услуг.
32. Маркетинговые исследования в автосервисе.
33. Методы исследовательской деятельности в автосервисных организациях.
34. Ценообразование в маркетинге автосервиса.
35. Ценообразующие факторы в автосервисе.
36. Ценовая стратегия в автосервисе.
37. Конкуренция в автосервисе.
38. Виды конкуренции в автосервисе.
39. Методы проведения маркетингового анализа в автосервисе.

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Провести исследование удовлетворённости клиентов автосервиса.
2. Разработать организационную структуру автосервисного предприятия.
3. Определить существенные ценообразующие факторы в автосервисе.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Сформировать этапы успешного позиционирования услуги на рынке например автосервиса.
2. Провести SWOT-анализ автосервисного предприятия.
3. Составить план подготовки к презентации новой модели автомобиля, нового автотехцентра, услуги на автосервисных предприятиях.

2.3.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформирован-

ности компонентов *знать, уметь и владеть* заявленных компетенций проводится в режиме «зачтено» и «не зачтено».

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачёта для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Типовые критерии и шкалы оценивания уровня сформированности компонентов компетенций приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3.2. Оценка уровня сформированности компетенций

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.