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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ Н. В. Лобов
«29» 04 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг автосервиса
(наименование)

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

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

Общая трудоёмкость: 108 (3)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов
(код и наименование направления)

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

Лысьва 2021

Разработчик
канд.экон.наук К.В. Кондратьева

Доцент с обязанностями
зав.кафедрой ОНД,
канд.пед.наук Е.Н. Хаматнурова

Согласовано

Начальник управления
образовательных программ,
канд.техн.наук, доцент Д.С. Репецкий

Начальник
учебно-методического отдела
ЛФ ПНИПУ Т.В. Пашкина

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

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

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-1.1	ИД-1 $_{ПК-1.1}$	Знать планирование, организацию, координацию, мотивацию и контроль за выполнением работ организации-изготовителя АТС по ТО и ремонту АТС и их компонентов.	Знает нормативы времени и технологию работ организации-изготовителя АТС на ТО и ремонт АТС и их компонентов; химмотологическую карту и особенности конструкции АТС	Теоретический опрос. Теоретические вопросы зачета.
	ИД-2 $_{ПК-1.1}$	Уметь выполнять расчёт затрат времени, запасных частей и иных ресурсов	Умеет выполнять расчёт затрат времени, запасных частей и иных ресурсов	Отчет по практическому занятию. Практические задания зачета.
	ИД-3 $_{ПК-1.1}$	Владеть навыками документального оформления основных этапов менеджмента и маркетинга услуг по ТО и ремонту АТС.	Владеет навыками планирования рабочего времени, необходимого на проведение работ по ТО и ремонту АТС и их компонентов	Отчет по практическому занятию. Практические задания зачета.

3. Объем и виды учебной работы очная форма обучения

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

4. Содержание дисциплины очная форма обучения

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 менеджмента на предприятиях автосервиса	**8**	**0**	**6**	**10**
Тема 1. Основы менеджмента на предприятиях автосервиса. Основные принципы, функции и приемы автосервисного менеджмента. Особенности процесса управления на предприятиях автосервиса. Тема 2. Понятие организаций и типы организационно-управленческих структур автосервисных предприятий. Общие характеристики организации автосервиса (управление механизации, автотранспортное пред-приятие, автосервисное предприятие, автосалон, автозаправочная станция, предприятия по хранению АТС). Показатели эффективности деятельности организаций автосервиса. Тема 3. Разработка и реализация стратегии рыночного поведения автосервисных предприятий. Системы экономических взаимоотношений в автосервисной отрасли. Организационное обеспечение качества ав-				

тосервисных 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.				
Управление производством автосервиса	**6**	**0**	**4**	**11**
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. 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.				
Понятие маркетинга в автосервисе	**8**	**0**	**4**	**15**
Тема 6. Понятие маркетинга и его роль в оказании автосервисных услуг. Маркетинг в сфере автосервисных услуг. Особенности развития маркетинга вавтосервисных предприятиях. Тема 7. Ориентация организаций на рынке автосервиса. Основные концепции управления маркетингом. Применение концепций управления маркетингом в автосервисных предприятиях.				
Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий в автосервисе	**12**	**0**	**4**	**18**
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. Тема 9. Маркетинговые исследования в автосервисе. Методы исследовательской деятельности в автосервисных организациях. Тема 10. Ценообразование в маркетинге автосервиса. Ценообразующие факторы в автосервисе. Ценовая стратегия в автосервисе. Тема 11. Конкуренция в автосервисе. Виды конку-				

ренции в автосервисе. Методы проведения маркетингового анализа в автосервисе				
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

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором 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 установление 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; отработка у обучающихся навыков взаимодействия в составе коллектива; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии 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 и 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.	Бухалков, М.И. Производственный менеджмент: организация производства [Текст] : учебник для студ. высш. учеб. заведений / М.И. Бухалков. - 2-е изд. - М. : ИНФРА- М, 2015. - 395 с. : ил. - (Высшее образование: Бакалавриат).	5
2.	Производственный менеджмент: учебник / под ред. А.Н. Романова, М.М. Максимцова, В.Я. Горфинкеля. - М.: Проспект, 2015. - 400 с. : ил	5
3.	Карпов, Э.А. Организация производства и менеджмент : учеб. пособие / Э.А. Карпов. - 4-е изд., стер. - Старый Оскол : ТНТ, 2010. - 768 с.	5
4.	Попова, Г.В. Маркетинг для бакалавров : учеб. пособие / Г.В. Попова. - 2-е изд. - СПб. : Питер, 2011. - 192 с. : ил. - (Учебное пособие).	20
5.	Синицына, О.Н. Маркетинг : учеб. пособие / О.Н. Синицына. - М. : КНОРУС, 2013. - 216 с. - (Бакалавриат).	20
	2. Дополнительная литература	
	2.1. Учебные и научные издания	
1.	Самойлович, В.Г. Организация производства и менеджмент : учебник для студ. высш. учеб. заведений / В.Г. Самойлович. - М. : Академия, 2008. - 336 с. - (Транспорт).	5
2.	Фатхутдинов, Р.А. Производственный менеджмент : учебник для студ. вузов / Р.А. Фатхутдинов. - 6-е изд. - СПб. : Питер, 2008. - 496 с. : ил. - (Учебник для ВУЗов)	1
3.	Кеворков, В.В. Практикум по маркетингу : учеб. пособие / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков. - 2-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2007. - 416 с.	20
4.	Парамонова, Т.Н. Маркетинг : учеб. пособие для студ. сред. проф. образования / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк ; под ред. Т.Н. Парамоновой. - М. : КНОРУС, 2010. - 190 с.	18
	2.2. Периодические издания	
1.	Экономика в промышленности: научно-производственный журнал/Учредители ФГАОУ ВО МИСиС при содействии Российской Академии Естественных наук. – Архив номеров в фонде ОНБ ЛФ ПНИПУ 2015-2017 гг.	1
2.	Экономика и управление: научный журнал/Учредитель ЧОУ ВО Санкт-Петербургский академический университет. – Архив номеров в фонде ОНБ ЛФ ПНИПУ 2013-2016 гг.	1
3.	РЭЖ. Российский экономический журнал: общеэкономическое многопрофильное научно-практическое издание/ Учредитель	1

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
	ЗАО «ЭЖ Медиа». – Архив номеров в фонде ОНБ ЛФ ПНИПУ 2008-2011 гг.	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не предусмотрены	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не предусмотрены	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не предусмотрены	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность ЭБС (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная	Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с.	https://www.iprbookshop.ru/119289.html	Сеть Интернет / авторизованный
дополнительная	Пестриков С. А. Экономика отрасли и предприятия: учебно-методическое пособие / С. А. Пестриков. - Пермь: Изд-воПНИПУ,2018.	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUPSTUbooks197821	Сеть Интернет / авторизованный
дополнительная	Гавриков, В. А. Маркетинг в автотранспортной деятельности : учебное пособие / В. А. Гавриков, Н. В. Пеньшин. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2019. — 79 с.	https://www.iprbookshop.ru/99769.html	Сеть Интернет / авторизованный
периодические издания	Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки [Текст]: научный рецензируемый журнал. Архив номеров 2010-2021 гг.	http://vestnik.pstu.ru/soc-eco/about/inf/	Сеть Интернет / авторизованный
Методические указания для студентов по освоению дисциплины	Менеджмент и маркетинг : практикум / составители О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова. — 2-е изд. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 113 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:	https://www.iprbookshop.ru/111764.html	Сеть Интернет / авторизованный

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

Вид ПО	Наименование ПО
Офисные приложения	Программный комплекс – Microsoft Office (Академическая лицензия) Справочно-правовая система Консультант Плюс версия Проф (Регистрационный номер 490892) MozillaFirefox свободно-распространяемое

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

Наименование БД	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университет	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	http://e.lanbook.ru/
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
Лекции. Практические занятия	Парты Стол преподавателя Доска аудиторная для написания мелом Проектор BenQ MX503 Колонки Sven Системный блок Экран настенный Монитор	18

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Приложение 1

3. Объем и виды учебной работы (заочная форма обучения)

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		9
1.Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме: Контактная аудиторная работа, из них:	14	14
- лекции (Л)	8	8
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	4	4
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2
- контрольная работа	+	+
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	90	90
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет	4	4
Зачет		
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

4. Содержание дисциплины (очно-заочная форма обучения)

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
9-й семестр				
Принципы, функции и инструменты менеджмента на предприятиях автосервиса	**2**	**0**	**1**	**22**
Тема 1. Основы менеджмента на предприятиях автосервиса. Основные принципы, функции и приемы автосервисного менеджмента. Особенности процесса управления на предприятиях автосервиса. Тема 2. Понятие организаций и типы организационно-управленческих структур автосервисных предприятий. Общие характеристики организации автосервиса (управление механизации, автотранспортное пред-приятие, автосервисное предприятие, автосалон, автозаправочная станция, предприятия по хранению АТС). Показатели эффективности деятельности организаций автосервиса. Тема 3. Разработка и реализация стратегии рыночно-				

го 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.				
Управление производством автосервиса	**2**	**0**	**1**	**22**
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. 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.				
Понятие маркетинга в автосервисе	**2**	**0**	**1**	**23**
Тема 6. Понятие маркетинга и его роль в оказании автосервисных услуг. Маркетинг в сфере автосервисных услуг. Особенности развития маркетинга вавтосервисных предприятиях. Тема 7. Ориентация организаций на рынке автосервиса. Основные концепции управления маркетингом. Применение концепций управления маркетингом в автосервисных предприятиях.				
Разработка и внедрение маркетинговых мероприятий в автосервисе	**2**	**0**	**1**	**23**
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. Тема 9. Маркетинговые исследования в автосервисе. Методы исследовательской деятельности в автосервисных организациях. Тема 10. Ценообразование в маркетинге автосервиса.				

Ценообразующие факторы в автосервисе. Ценовая стратегия в автосервисе. Тема 11. Конкуренция в автосервисе. Виды конкуренции в автосервисе. Методы проведения маркетингового анализа в автосервисе				
ИТОГО по 9-му семестру	**8**	**0**	**4**	**90**
ИТОГО по дисциплине	**8**	**0**	**4**	**90**

Тематика примерных практических занятий заочная форма обучения

№ 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.	Исследование удовлетворённости клиентов автосервиса