

*Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов»*

Инженерная академия

Рекомендовано МССН

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины: Маркетинг в автосервисе

Рекомендуется для направления подготовки:

23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов

Направленность программы (профиль):

Эксплуатация и техническая экспертиза автотранспортных средств

1. Цели и задачи дисциплины:

1.1 Цель преподавания дисциплины:

Целью преподавания данной дисциплины является формирование у студентов навыков профессионального анализа и оценки эффективности маркетинговых и бизнес-проектов, а также экономического обоснования маркетинговых мероприятий при применении в автосервисе.

1.2 Задачи дисциплины:

- приобретение системного представления о необходимости знаний о целях, методах и объектах исследований для информационного обеспечения маркетинга;
- формирование представления об активных методах воздействия на рынок;
- изучение приемов и методов маркетинговой ориентации в организации автосервиса;
- приобретение навыков обоснования управленческих решений и применения своих знаний к конкретной экономической ситуации.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Маркетинг в автосервисе» относится к вариативной части блока 1 учебного плана.

В таблице № 1 приведены предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций дисциплины в соответствии с матрицей компетенций ОП ВО.

Таблица № 1

Предшествующие и последующие дисциплины, направленные на формирование компетенций

№ п/п	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (группы дисциплин)
1.	Современные компьютерные технологии в автосервисе, Нормативно-правовое регулирование в автосервисе	Научные основы фирменного и дилерского обслуживания автотранспорта, Сертификация услуг в автосервисе

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– Готов к использованию знания основ транспортного законодательства, включая лицензирование и сертификацию сервисных услуг, предприятий и персонала, нормативной базы применительно к конкретным видам транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования, включая вопросы безопасности движения, условия труда, вопросы экологии (ПК-5).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия экономической эффективности маркетинговых и бизнес-решений на производственном предприятии
- стандарты проведения сервисной деятельности на автомобильном транспорте.

Уметь:

- рассчитать экономическую эффективность маркетинговых и бизнес-решений на производственном предприятии.

Владеть:

- приемами разработки маркетинговых бизнес-проектов;
- навыками делового общения;
- возможностью реализации решений в смежных областях знаний.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц.

Вид учебной работы	Всего часов	Модуль
		5
Аудиторные занятия (всего)	36	36
В том числе:	-	-
<i>Лекции</i>	18	18
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	18	18
<i>Семинары (С)</i>		
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>		
Самостоятельная работа (всего)	108	108
Общая трудоемкость	час	144
	зач. ед.	4

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)
5-й модуль		
1.	Введение и общие положения	Маркетинг в системе управления результативности бизнеса в компании
2.	Маркетинговые решения в автосервисе	Построение маркетинговых решений и актуальность их экономической эффективности
3.	Экономическая оценка применения маркетинговых решений в автосервисе	Экономическая оценка маркетинговых решений, реализуемых в автосервисе
4.	Разработка маркетинговой политики предприятия автосервиса	Ценовая стратегия фирмы и ее типы, выработка основных направлений ценовой политики, определение уровня цен, прибыли и рентабельности. Стратегии «снятия сливок» и «прорыва», стратегии дифференцированных, единых, неизменных и гибких цен. Стратегия ценового лидера.
5.	Определение маркетинговых преимуществ своей фирмы	Методика составления сравнительной таблицы производственно-сбытовых достоинств и недостатков фирмы по отношению к основным конкурентам.
6.	Анализ динамики цен и перспектив развития рынка.	Изучение и анализ факторов внешней макро- и микросреды. Миссия фирмы. Анализ спроса и его эластичности. Анализ предложения и рыночной доли. Понятие емкости рынка.
7.	Степень лояльности клиентов как оценка экономического обоснования маркетинговых процессов	Степень лояльности клиентов как оценка экономического обоснования маркетинговых процессов

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	Семина	СРС	Всего час.
5-й модуль							
1.	Введение и общие положения	2	2			15	19
2.	Маркетинговые решения в автосервисе	4	4			15	23

3.	Экономическая оценка применения маркетинговых решений в автосервисе	4	4			15	23
4.	Разработка маркетинговой политики предприятия автосервиса	4	4			15	23
5.	Определение маркетинговых преимуществ своей фирмы	6	6			15	27
6.	Анализ динамики цен и перспектив развития рынка.	6	6			15	27
7.	Степень лояльности клиентов как оценка экономического обоснования маркетинговых процессов	6	6			18	30
	Всего	18	18			108	144

6. Лабораторный практикум

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом

7. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
5-й модуль			
1.	Введение и общие положения	Маркетинг в системе управления результативности бизнеса в компании	2
2.	Маркетинговые решения в автосервисе	Построение маркетинговых решений и актуальность их экономической эффективности	4
3.	Экономическая оценка применения маркетинговых решений в автосервисе	Экономическая оценка маркетинговых решений, реализуемых в автосервисе	4
4.	Разработка маркетинговой политики предприятия автосервиса	Ценовая стратегия фирмы и ее типы, выработка основных направлений ценовой политики, определение уровня цен, прибыли и рентабельности. Стратегии «снятия сливок» и «прорыва», стратегии дифференцированных, единых, неизменных и гибких цен. Стратегия ценового лидера.	4
5.	Определение маркетинговых преимуществ своей фирмы	Методика составления сравнительной таблицы производственно-сбытовых достоинств и недостатков фирмы по отношению к основным конкурентам.	6
6.	Анализ динамики цен и перспектив развития рынка.	Изучение и анализ факторов внешней макро- и микросреды. Миссия фирмы. Анализ спроса и его эластичности. Анализ предложения и рыночной доли. Понятие емкости рынка.	6
7.	Степень лояльности клиентов как оценка экономического обоснования маркетинговых процессов	Степень лояльности клиентов как оценка экономического обоснования маркетинговых процессов	6

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

База проведения занятий – Инженерная академия РУДН, департамент транспорта.

Для проведения лекционных занятий используется комплект технических средств обучения: проектор Epson EMP S-42 – 1 шт.; интерактивная доска Smart Board 680i4 со встроенным проектором – 1 шт; ноутбук Samsung RC730 – 1 шт.; выход в Интернет.

Изложение лекционного материала сопровождается демонстрационным материалом, оформленным в виде видео презентации.

Помещения для самостоятельной работы студентов это аудитории, оснащенные всей необходимой для обучения мебелью, персональными компьютерами с выходом в Интернет, а именно: рабочее место в составе - монитор LG W1943SE-PF Black, системный блок, клавиатура, компьютерная мышь - 15 шт.; интерактивная доска Smart Board 680i4 со встроенным проектором – 1 шт; многофункциональное устройство для печати и сканирования документов HP Laserjet Pro M1132 MFP - 1 шт.; доступ в интернет: ЛВС и Wi-Fi.

Информационное и учебно-методическое обеспечение: ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров.

9. Информационное обеспечение дисциплины

- Autodesk Inventor Professional 2012 Russian
- Autodesk Inventor View 2012 Russian
- Adobe Flash Player 11 ActiveX
- Adobe Flash Player 21 NPAPI
- AutoCAD2012-Russian
- AutoCAD Mechanical 2012
- Microsoft Office 2003 Web Components
- Microsoft Office Профессиональный плюс 2007
- Solid Works 2012
- Adobe Acrobat Reader DC - Russian

б) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

10. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

а) основная литература

1. Синьковский, Н.М. Основы управления качеством : учебное пособие / Н.М. Синьковский ; Министерство транспорта Российской Федерации, Московская государственная академия водного транспорта. - Москва : Альтаир-МГАВТ, 2013. - 96 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-905637-05-6; То же [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429870>

2. Пеньшин, Н.В. Организация малого предпринимательства на автомобильном транспорте : учебно-практическое пособие / Н.В. Пеньшин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет». - Тамбов : , 2012. - 332 с. : ил., табл., схем. ; То же [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364128>

3. Бачурин, А. А. Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций : учебное пособие / А. А. Бачурин. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. - 318 с. — ISBN 978-5-534-05081-3. Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/415A6754-CE3F-458B-916D-CE994E3A77CD.

б) дополнительная литература

4. Бычков, В.П. Предпринимательская деятельность на автомобильном транспорте : учебное пособие / В.П. Бычков. - 2-е изд., перераб. - Воронеж : Воронежская государственная лесотехническая академия, 2010. - 420 с. - ISBN 978-5-7994-0440-6 ; Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142051>

5. Катаева, Ж.В. Учет в автотранспортном предприятии. Автоматизация процессов / Ж.В. Катаева. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 121 с. - ISBN 978-5-905815-64-5 ; Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=96842>

6. Экономика и управление предприятием / под ред. И.А. Куянцева. - Москва : Студенческая наука, 2012. - Ч. 1. Сборник студенческих работ. - 1552 с. - (Вузовская наука в помощь студенту). - ISBN 978-5-00046-074-0; Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=225894>

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

11.1 Методические указания при проведении практических занятий выдаются преподавателем непосредственно на занятии.

11.2 Методические указания к самостоятельной работе магистрантов.

Самостоятельная работа магистранта посвящена освоению основ применения маркетинга на предприятиях автосервиса, применению маркетинговых стратегий для реализации поставленных целей. Самостоятельная работа заключается в выполнении в течение семестра индивидуального задания в виде реферата и подготовки доклада/сообщения, которые включают в себя вопросы всех разделов дисциплины.

Задание выдаётся преподавателем лично каждому магистранту на первом практическом занятии. После выполнения задания магистранты сдают работы преподавателю на проверку. Получив рецензию и исправив замечания, магистрант защищает свою работу для получения допуска к зачету.

Пояснительная записка реферата выполняется на бумаге формата А4 - 210 x 297 мм. На титульном листе должно быть указание дисциплины, номер и наименование задания, фамилия, имя, группа и № зачётной книжки магистранта. Вторым листом работы должно быть содержание, где не более чем на двух уровнях (глава, параграф) перечисляются разделы с указанием страниц. Брошюровка работы должна быть книжной; поля: сверху - 2 см, слева - 3 см, внизу - 2 см, справа - 1,5 см. Шрифт набора текста должен быть 14 пунктов. Межстрочный интервал полуторный. Текст должен иллюстрироваться схемами, графиками, рисунками, таблицами. Подрисуночная подпись должна располагаться под рисунком. Нумерация рисунков сквозная. Текст отчёта должен содержать: содержание, введение, основную часть, заключение и список литературы (не менее 5 наименований). Минимальный объём работы 10 страниц печатного текста. Доклад/сообщение представляется на одном из последних в семестре практических занятий в виде видео презентации. Студент выступает с докладом (3-5 минут). После доклада студент сдает преподавателю свою презентацию на печатном носителе с приложением электронного носителя с файлом презентации. Реферат сдаётся в печатном виде на одном из последних в семестре занятий.

12. Фонд оценочных для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины «Маркетинг в автосервисе» (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие

процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчики:

Профессор департамента
транспорта Инженерной
академии

должность, название кафедры



подпись

И.К. Данилов

инициалы, фамилия

Руководитель программы:

Профессор департамента
транспорта Инженерной
академии

должность, название кафедры



подпись

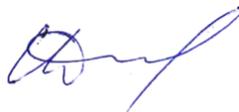
И.К. Данилов

инициалы, фамилия

Директор департамента:

Профессор департамента
транспорта Инженерной
академии

должность, название кафедры



подпись

И.К. Данилов

инициалы, фамилия