

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.18 Основы маркетинга автомобильного сервиса

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и

Направленность (профиль)

23.03.03.31 Высшая школа автомобильного сервиса

Форма обучения

очная

Год набора

2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

_____ ктн, профессор, Катаргин Владимир Николаевич

_____ должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель преподавания дисциплины получение актуального представления о маркетинге, как о философии бизнеса, так и о действенном процессе одновременно его применении в профессиональной деятельности по обслуживанию потребителей при производстве товаров и услуг; теоретическая и практическая подготовка по маркетингу студентов данного профиля, в будущем способствует быстрой адаптации к современным условиям работы на различных предприятиях автомобильного сервиса.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи изучения дисциплины заключаются в получении студентами

1. Представления о маркетинге как о мировоззрении и культуре, философии и технологии ведения бизнеса, позволяющем выявлять и реализовывать рыночные возможности;

2. Формирование у студентов системы научных и практических умений и навыков в области комплексного изучения услуг автомобильного сервиса.

3. Изучить компетенции в сфере планирования и предоставления услуг автомобильного сервиса.

4. Ознакомить с историей возникновения маркетинга, именами российских и зарубежных ученых, способствовавших развитию маркетинга, заложивших и развивающих ее научные основы, передовым отечественным и зарубежным опытом.

5. Изучить основы управления продуктом, ценообразованием, спросом и предложением, принципами организации маркетинга компании и маркетингового планирования, методов проведения маркетинговых исследований.

Результаты освоения дисциплины определяются приобретаемыми выпускником знаниями, т.е. его способностью применять умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ОПК-2: Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом экономических, экологических и социальных ограничений на всех этапах жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов;	
ОПК-2.1: Планирует и корректирует профессиональную деятельность через призму	Основные подходы в профессиональной деятельности автомобильного сервиса через знание основных закономерностей современного маркетинга

<p>закономерности маркетинга, оценивая этапы жизненного цикла машин, с учетом экономических и социальных ограничений</p>	<p>Основные этапы жизненного цикла конструкций автомобилей и услуг автомобильного сервиса под влиянием экономических и социальных ограничений через парадигмы маркетинга</p> <p>Основные эволюционные изменения маркетинга под влиянием экономических, экологических и социальных ограничений на всех этапах трансформации жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов</p> <p>Формулировать подходы в профессиональной деятельности на основе основных закономерностей современного маркетинга</p> <p>Управлять жизненным циклом услуг автомобильного сервиса под влиянием экономических и социальных ограничений на основе современного маркетинга</p> <p>Оценивать эволюционные изменения маркетинга под влиянием экономических, экологических и социальных ограничений на всех этапах трансформации жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов</p> <p>Методами и средствами планирования и корректирования профессиональной деятельности в автомобильном сервисе на основе современного маркетинга с учетом экономических и социальных ограничений</p> <p>Методами управления жизненным циклом услуг автомобильного сервиса под влиянием экономических и социальных ограничений на основе современного маркетинга</p> <p>Оценками проявлений эволюционных изменений маркетинга под влиянием экономических, экологических и социальных ограничений на всех этапах трансформации жизненного цикла транспортно-технологических машин и комплексов</p>
--	--

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	2 (72)	
занятия лекционного типа	1 (36)	
практические занятия	0,5 (18)	
лабораторные работы	0,5 (18)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Да	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Маркетинг									
	1. Место и роль маркетинга в автосервисном бизнесе. Эволюция развития производства. Появление функций маркетинга.	4							
	2. Методы проведения маркетинговых исследований автомобильного бизнеса	4							
	3. Сегментация рынка в маркетинге автомобильного сервиса	8							
	4. Показатели спроса и предложения в автомобильном сервисе	8							
	5. Бизнес-планирование в автомобильном сервисе	4							
	6. Маркетинговое ценообразование в автомобильном сервисе	8							
	7. Классификация услуг и специализация предприятий			2					
	8. Методы проведения маркетингового анализа			4					

9. Сегментация рынка в маркетинге			4					
10. Бизнес-планирование			4					
11. Маркетинговое ценообразование			4					
12. 1. Прогнозирование продаж новых легковых автомобилей в регионе					4			
13. 2. Прогнозирование числа заездов автомобилей на услуги ТО и ремонта в дилерском центре					6			
14. 3. Прогнозирование трудоемкости технических воздействий в дилерском центре					4			
15. 4. Выбор показателей конкурентоспособности автосервисных услуг					4			
16. Место и роль маркетинга. Эволюция развития производства. Появление функций маркетинга.							8	
17. Классификация услуг и специализация предприятий							8	
18. Методы проведения маркетингового анализа							32	
19. Сегментация рынка в маркетинге							8	
20. Показатели спроса и предложения							8	
21. Маркетинговое ценообразование							8	
22. Зачет								
Всего	36		18		18		72	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Хруцкий В. Е., Корнеева И. В. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка(Москва: Финансы и статистика).
2. Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг: перевод с английского(Москва: Альпина Паблшерз).
3. Писарев И. С., Катаргин В. Н. Основы маркетинга в сфере сервиса: методические указания к курсовой работе(Красноярск: Информационно-полиграфический комплекс [ИПК] СФУ).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Windows 10 Professional 64bit Russian контракт № 149/2018-ay/A/эф;
2. Office Professional Plus 2016 Russian Russian контракт № 53/2019-ay/A/эф;
3. ESET Endpoint Antivirus идентификатор 3AJ- DPA-FNA (до 27.06.2021);
4. Microsoft Visio Professional 2007 Russian Academic OPEN No Level Sku: D87-02968. Сертификат Microsoft Open License №43158512 от 07.12.2007;
5. С++Builder 2009 Professional Academic (Concurrent) #35920-#35922 10 декабря 2008 бессрочно Сертификат от Софтлайна;
6. Delphi 2009 Professional Academic (Concurrent)#35923-#35925 10 декабря 2008 бессрочно Сертификат от Софтлайна;
7. RAD Studio 2009 Professional Academic (Concurrent) #35926-#35928 10 декабря 2008 бессрочно Сертификат от Софтлайна;
8. Mathcad 14.0 English Media Kit Itemnumber: MED-6062-CD-140 Приложение 1 к Свидетельству о регистрации программного продукта ЗАО «Аксонфт». Дата регистрации: октябрь 2007 г.;
9. MATLAB International Academic Edition Individual Лицензионное свидетельство ЗАО «СофтЛайнТрейд» от 1.12.2008;
10. Solid Works 2019. Подписка Solid Works CAMPUS Договор-оферта ЗАО «СофтЛайнТрейд» №Tr011283 от 27.02.2014;
11. Microsoft® Visual Studio® Pro 2015 льготный период активации;
12. Компас 17. Лицензия на право использования Учебного комплекта программного обеспечения: Компас 17 ц-17-0010717 бессрочно Лиц сертификат АСКОН;
13. Corel DRAW Graphics Suite X4 Education License ML Сертификат от Софтлайна 3066783 от 08.12.2008 бессрочно;
14. 3Ds Max 2020 Сертификат от Софтлайна бессрочно;
15. AutoCad 2020 Сертификат от Софтлайна бессрочно;

16. AutoCAD Mechanical 2020 Сертификат от Софтлайна бессрочно;
17. CorelDRAW Graphics Suite X4 Education License ML Сертификат от Софтлайна 3066783 от 08.12.2008 бессрочно;
18. Photoshop Extended CS3 Russian version Win Educ Сертификат от Софтлайна бессрочно CE0712353;
19. Комплекс 2014 SP5 Лицензия на право использования Учебного комплекта программного обеспечения: Ец-17-0010717 бессрочно Лиц сертификат АСКОН;
20. Ansys17. ANSYS Academic Multiphysics Campus Solution (10/100)-TECS договор №1675-Т/2015-СФО/4706/15 23 декабря 2015г. ЗАО <<КАДФЕМ Си-Ай-Эс>>;
21. VirtualBox. лицензии GPL v2;
22. 7 zip. лицензии GNU.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Ресурсы научной библиотеки СФУ <http://edu.sfu-kras.ru/>

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа. Учебно-лабораторные макеты. Компьютер, 16 столов, стулья. Подключение к сети Интернет (неограниченный доступ) и доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.