

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

**Базовая кафедра высшей школы
автомобильного сервиса
(ВШАС_ПИ)**

наименование кафедры

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий ОП ВО

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

**Базовая кафедра высшей школы
автомобильного сервиса
(ВШАС_ПИ)**

наименование кафедры

Блянкинштейн И.М.

подпись, инициалы, фамилия

«___» _____ 20__ г.

институт, реализующий дисциплину

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГОВЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
АВТОМОБИЛЬНОГО СЕРВИСА**

Дисциплина Б1.В.04 Маркетинговые исследования автомобильного
сервиса

Направление подготовки /
специальность

Направленность
(профиль)

Форма обучения

очная

Год набора

2021

Красноярск 2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования с учетом профессиональных стандартов по укрупненной группе

230000 «ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ НАЗЕМНОГО ТРАНСПОРТА»

Направление подготовки /специальность (профиль/специализация)

23.04.03 ЭКСПЛУАТАЦИЯ ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ
МАШИН И КОМПЛЕКСОВ

Программу
составили

ктн, профессор, Катаргин В Н; ктн, доцент, Терских
В М

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Получение общего представления о маркетинге как особом инструментарии, предназначенном для ведения участниками рынка эффективного наблюдения за его динамикой и приспособления к переменам на нем. В процессе изучения "Маркетинговых исследований автомобильного сервиса" у магистрантов должно сформироваться фундаментальное представление о деятельности на предприятиях маркетинговых служб, они должны овладеть понятийным аппаратом маркетинга.

Получение представления о маркетинге как о философии бизнеса и как о действенном процессе одновременно и его применении в профессиональной деятельности по обслуживанию потребителей при производстве товаров и услуг; теоретическая и практическая подготовка по маркетингу магистрантов, в будущем способствующая адаптироваться к современным условиям работы на различных предприятиях. Формирование у магистрантов маркетингового мировоззрения, компетенций в области управления маркетинговой деятельностью предприятий реального сектора экономики в сфере эксплуатации транспортно-технологических машин и комплексов.

1.2 Задачи изучения дисциплины

-постижение студентами содержания и сущности маркетинговой деятельности на современных предприятиях, ознакомление их с основными рабочими понятиями маркетинга;

-ознакомление студентов с методологией и методами проведения маркетинговых исследований;

-приобретение студентами знаний и навыков в формировании товарной политики фирмы;

-приобретение студентами знаний и навыков в формировании ценовой политики фирмы;

-приобретение студентами знаний и навыков в планировании маркетинга и организации маркетинговой деятельности на отечественных предприятиях.

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

ПК-10:Способность применять знания маркетинговых исследований рынка в деятельность сервисной сети
--

ИД-1.ПК-10:Способен самостоятельно применять знания маркетинговых иссле-

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Проектирование и управление инфраструктурой автомобильного сервиса

Основы научных исследований

Преддипломная практика

1.5 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)	Семестр
		2
Общая трудоемкость дисциплины	5 (180)	5 (180)
Контактная работа с преподавателем:	1,5 (54)	1,5 (54)
занятия лекционного типа	0,5 (18)	0,5 (18)
занятия семинарского типа		
в том числе: семинары		
практические занятия	1 (36)	1 (36)
практикумы		
лабораторные работы		
другие виды контактной работы		
в том числе: групповые консультации		
индивидуальные консультации		
иная внеаудиторная контактная работа:		
групповые занятия		
индивидуальные занятия		
Самостоятельная работа обучающихся:	2,5 (90)	2,5 (90)
изучение теоретического курса (ТО)		
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)		
реферат, эссе (Р)		
курсовое проектирование (КП)	Нет	Нет
курсовая работа (КР)	Да	Да
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	1 (36)

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа (акад. час)	Занятия семинарского типа		Самостоятельная работа, (акад. час)	Формируемые компетенции
			Семинары и/или Практические занятия (акад. час)	Лабораторные работы и/или Практикумы (акад. час)		
1	2	3	4	5	6	7
1	Содержание и суть маркетинга. Эволюция развития производства. Появление функций маркетинга	2	8	0	18	ИД-1.ПК-10
2	Основные положения теории и практики маркетинга. Классификация и специализация предприятий сервиса.	4	8	0	18	ИД-1.ПК-10
3	Внешняя и внутренняя среда маркетинга: Структура и суть. Методы проведения маркетингового анализа. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование.	4	0	0	18	ИД-1.ПК-10

4	Сегментация рынка сервисных услуг. SWOT-анализ, сегментирование рынка и позиционирование товара, как методы исследования глобальных маркетинговых проблем	4	10	0	18	ИД-1.ПК-10
5	Показатели спроса и предложения. Ценообразование в маркетинге.	2	0	0	8	ИД-1.ПК-10
6	Бизнес-планирование. Порядок разработки плана маркетинга. Маркетинговые коммуникации.	2	10	0	10	ИД-1.ПК-10
Всего		18	36	0	90	

3.2 Занятия лекционного типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Эволюционный процесс развития производства. Появление функций маркетинга и выделение его в отдельную область. Определение, концепция и философия маркетинга. Функции и субъекты маркетинга с сфере сервиса.	2	0	0
2	2	Определение товара и услуги. Классификация товаров и услуг. Жизненный цикл товаров и услуг. Виды жизненных циклов.	2	0	0

3	2	Создание фирменного стиля. Планирование и создание нового продукта.	2	0	0
4	3	Стратегии формирования цены. Этапы разработки ценовой стратегии. Реализация ценовой стратегии. Факторы, влияющие на цены. Виды цен. Методы установления цен.	4	0	0
5	4	Определение рынка. Виды рынков. Сегментирование рынка. Цель сегментирования рынка. Основные критерии при формировании сегмента рынка.	2	0	0
6	4	Конкуренция. Виды конкуренции. Комплексное исследование рынка. Разработка стратегии целевого рынка услуг в сервисе.	2	0	0
7	5	Анализ потребления. Товародвижение. Каналы товародвижения и их функции. Сбытовая политика в сервисе. Комплекс стимулирования сбыта услуг. Назначение комплекса стимулирования сбыта. Средства стимулирования сбыта. Реклама. Виды рекламы.	2	0	0

8	6	Важность стратегического планирования. Виды планов маркетинга. Взаимосвязь между маркетингом и другими функциональными сферами организаций. Процесс стратегического планирования и его основные этапы.	2	0	0
Всего			18	0	0

3.3 Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
1	1	Определение основных показателей, характеризующих потребность региона в услугах ремонта автомобилей.	8	0	0
2	2	Прогнозирование динамики изменения спроса на услуги ремонта автомобилей	8	0	0
3	4	Определение показателя конкурентоспособности (двумя методами)	10	0	0
4	6	Составление бизнес-плана предприятия	10	0	0
Всего			36	0	0

3.4 Лабораторные занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах		
			Всего	в том числе, в инновационной форме	в том числе, в электронной форме
Всего					

4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Бутова Т. Г., Багаев М. С., Егошина О. Л., Жираткова А. Н., Казиков А. А., Терещенко Н. Н., Яковлева Е. Ю.	Специальные дисциплины магистерской подготовки программы «Маркетинг менеджмент в сфере услуг»: учебно-методическое пособие для самостоятельных занятий [для студентов программы подготовки 080200.68.11 «Маркетинг менеджмент в сфере услуг»]	Красноярск: СФУ, 2013

5 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

6.1. Основная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Котлер Ф., Келлер К. Л.	Маркетинг менеджмент	Москва: Питер, 2015
6.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Терещенко В. М.	Маркетинг: новые технологии в России	Санкт-Петербург: Питер, 2001
Л2.2	Голубков Е.П.	Основы маркетинга: учеб. для студ. вузов, обучающихся по экономическим спец.	Москва: Финпресс, 2003
6.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Бутова Т. Г., Багаев М. С., Егошина О. Л., Жираткова А. Н., Казиков А. А., Терещенко Н. Н., Яковлева Е. Ю.	Специальные дисциплины магистерской подготовки программы «Маркетинг менеджмент в сфере услуг»: учебно-методическое пособие для самостоятельных занятий [для студентов программы подготовки 080200.68.11 «Маркетинг менеджмент в сфере услуг»]	Красноярск: СФУ, 2013

7 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Э1	электронная библиотечная система Elibrary.ru	http://elibrary.ru
----	---	---

8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на выполнение самостоятельной работы.

В ходе лекций обучающимся рекомендуется:

- вести конспектирование учебного материала;
- обращать внимание на формулировки, раскрывающие содержание тех или иных терминов и практические рекомендации по применению нормативов;

- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных практических ситуаций.

В рабочих конспектах желательно оставлять поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся, дополняющего материал прослушанной лекции, а также пометки, подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

В ходе практических занятий используются метод конкретных ситуаций, тестовые и практические задания, которые способствуют более глубокому усвоению материала.

9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

9.1 Перечень необходимого программного обеспечения

9.1.1	1.	Windows 10 Professional 64bit Russian контракт № 149/2018-ay/A/эф;
9.1.2	2.	Office Professional Plus 2016 Russian Russian контракт № 53/2019-ay/A/эф;
9.1.3	3.	ESET Endpoint Antivirus идентификатор 3AJ- DPA-FNA (до 27.06.2021);
9.1.4	4.	Microsoft Visio Professional 2007 Russian Academic OPEN No Level Sku: D87-02968. Сертификат Microsoft Open License №43158512 от 07.12.2007;
9.1.5	5.	C++Builder 2009 Professional Academic (Concurrent) #35920-#35922 10 декабря 2008 бессрочно Сертификат от Софтлайна;

9.1.6	6. Delphi 2009 Professional Academic (Concurrent)#35923-#35925 10 декабря 2008 бессрочно Сертификат от Софтлайна;
9.1.7	7. RAD Studio 2009 Professional Academic (Concurrent) #35926-#35928 10 декабря 2008 бессрочно Сертификат от Софтлайна;
9.1.8	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.;
9.1.9	9. MATLAB International Academic Edition Individual Лицензионное свидетельство ЗАО «СофтЛайнТрейд» от 1.12.2008;
9.1.1 0	10. Solid Works 2019. Подписка Solid Works CAMPUS Договор-оферта ЗАО «СофтЛайнТрейд» №Tr011283 от 27.02.2014;
9.1.1 1	11. Microsoft® Visual Studio® Pro 2015 льготный период активации;
9.1.1 2	12. Компас 17. Лицензия на право использования Учебного комплекта программного обеспечения: Компас 17 ц-17-0010717 бессрочно Лиц сертификат АСКОН;
9.1.1 3	13. Corel DRAW Graphics Suite X4 Education License ML Сертификат от Софтлайна 3066783 от 08.12.2008 бессрочно;
9.1.1 4	14. 3Ds Max 2020 Сертификат от Софтлайна бессрочно;
9.1.1 5	15. AutoCad 2020 Сертификат от Софтлайна бессрочно;
9.1.1 6	16. AutoCAD Mechanical 2020 Сертификат от Софтлайна бессрочно;
9.1.1 7	17. CorelDRAW Graphics Suite X4 Education License ML Сертификат от Софтлайна 3066783 от 08.12.2008 бессрочно;
9.1.1 8	18. Photoshop Extended CS3 Russian version Win Educ Сертификат от Софтлайна бессрочно CE0712353;
9.1.1 9	19. Комплекс 2014 SP5 Лицензия на право использования Учебного комплекта программного обеспечения: Ец-17-0010717 бессрочно Лиц сертификат АСКОН;
9.1.2 0	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>>;
9.1.2 1	21. VirtualBox. лицензии GPL v2;
9.1.2 2	22. 7 zip. лицензии GNU.

9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

9.2.1	Консультант Плюс. Технология ПРОФ [Электронный ресурс]: справочная правовая система: версия 4000.00.15 : [установленные информационные банки: законодательство, судебная практика, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, технические нормы и правила]. Москва: ЗАО «Консультант Плюс», 1992 // Режим доступа: локальная сеть вуза
-------	---

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

Помещения должны представлять собой учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной.