

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

Б1.В.04 Маркетинговые исследования автомобильного
сервиса

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и

Направленность (профиль)

23.04.03.01 Автомобильный сервис

Форма обучения

очная

Год набора

2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

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

_____ должность, инициалы, фамилия

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

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-10: Способность применять знания маркетинговых исследований рынка в деятельность сервисной сети	
ИД-1.ПК-10: Способен самостоятельно применять знания маркетинговых исследований рынка в деятельности предприятий автомобильного сервиса и сети	Основные элементы маркетинговых исследований, их ранжирование применительно к реальным автосервисным предприятиям Сформировать методику проведения маркетинговых исследований на основе ранжирования показателей конкурентоспособности Навыками проведения маркетинговых исследований

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:	1,5 (54)	
занятия лекционного типа	0,5 (18)	
практические занятия	1 (36)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2,5 (90)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Да	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

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. Содержание и сущность маркетинга. Эволюция развития производства. Появление функций маркетинга									
	1. Содержание и сущность маркетинга. Эволюция развития производства. Появление функций маркетинга							18	
	2. Определение основных показателей, характеризующих потребность региона в услугах ремонта автомобилей.			8					
	3. 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							
2. Основные положения теории и практики маркетинга. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.									
	1. Основные положения теории и практики маркетинга. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.							18	

2. Прогнозирование динамики изменения спроса на услуги ремонта автомобилей			8					
3. Определение товара и услуги. Классификация товаров и услуг. Жизненный цикл товаров и услуг. Виды жизненных циклов.	2							
4. Создание фирменного стиля. Планирование и создание нового продукта.	2							
3. Внешняя и внутренняя среда маркетинга: Структура и сущность. Методы проведения маркетингового анализа.								
1. Внешняя и внутренняя среда маркетинга: Структура и сущность. Методы проведения маркетингового анализа. Маркетинговая информация и маркетинговое исследование.							18	
2. Стратегии формирования цены. Этапы разработки ценовой стратегии. Реализация ценовой стратегии. Факторы, влияющие на цены. Виды цен. Методы установления цен.	4							
4. Сегментация рынка сервисных услуг. SWOT-анализ, сегментирование рынка и позиционирование товара, как методы								
1. Сегментация рынка сервисных услуг. SWOT-анализ, сегментирование рынка и позиционирование товара, как методы исследования глобальных маркетинговых проблем							18	
2. Определение показателя конкурентоспособности (двумя методами)			10					
3. Определение рынка. Виды рынков. Сегментирование рынка. Цель сегментирования рынка. Основные критерии при формировании сегмента рынка.	2							
4. Конкуренция. Виды конкуренции. Комплексное исследование рынка. Разработка стратегии целевого рынка услуг в сервисе.	2							

5. Показатели спроса и предложения. Ценообразование в маркетинге.								
1. Показатели спроса и предложения. Ценообразование в маркетинге.							8	
2. 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							
6. Бизнес-планирование. Порядок разработки плана маркетинга. Маркетинговые коммуникации.								
1. Бизнес-планирование. Порядок разработки плана маркетинга. Маркетинговые коммуникации.							10	
2. Составление бизнес-плана предприятия			10					
3. Важность стратегического планирования. Виды планов маркетинга. Взаимосвязь между маркетингом и другими функциональными сферами организаций. Процесс стратегического планирования и его основные этапы.	2							
Всего	18		36				90	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент(Москва: Питер).
2. Терещенко В. М. Маркетинг: новые технологии в России(Санкт-Петербург: Питер).
3. Голубков Е.П. Основы маркетинга: учеб. для студ. вузов, обучающихся по экономическим спец.(Москва: Финпресс).
4. Бутова Т. Г., Багаев М. С., Егошина О. Л., Жираткова А. Н., Казаков 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).

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 «Аксост». 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. 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

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)

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.