

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 25.04.2024 15:03:28
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d805859a2b3807400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт транспорта
Кафедра Сервис автомобилей и технологических машин

УТВЕРЖДАЮ:

Председатель КСН

Н.С. Захаров

« 31 » 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплина «Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе»
направление 23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов»
профиль «Автомобили и автомобильное хозяйство»(АТХ)
квалификация бакалавр
программа прикладной бакалавр
форма обучения очная/ заочная 5лет
курс 4/5
семестр 7/9

Аудиторные занятия 60/24 часов, в том числе
Лекции – 30/12 час.
Практические занятия – 30/12 час.
Лабораторные занятия – не предусмотрены
Самостоятельная работа – 57/120 часов
Курсовая работа (проект) – не предусмотрена
Расчётно-графические работы – не предусмотрена
Вид промежуточной аттестации:
Экзамен – 7/9 семестр
Общая трудоемкость 144 часов, 4,0 зач. ед.

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного стандарта по направлению 23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов» квалификация (степень) бакалавр утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «14» декабря 2015 г. № 1470

Рабочая программа рассмотрена на заседании
кафедры «Сервис автомобилей и технологических машин»

Протокол № 1 от «31» 08 2020 г.

Заведующий кафедрой САТМ
профессор, д.т.н.



Захаров Н.С.

Рабочую программу разработал:
И.М. Трегубова, доцент, к.т.н., доцент



1. Цели и задачи изучения дисциплины

Цель: формирование у студентов устойчивых знаний и умений по анализу рынка сервисных услуг, для применения теории маркетинга в конкретных рыночных условиях

Задачи:

- ознакомление с основными понятиями маркетинга, определение его роли в оказании услуг по эксплуатации и обслуживанию транспортных и транспортно-технологических машин;
- получение знаний по методам проведения маркетингового анализа и классификации и специализации услуг предприятий сервиса;
- формирование умений применения полученных теоретических знаний для решения практических задач.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплины, усвоение которых необходимо для изучения данной дисциплины: «Технологическое предпринимательство», «Экономика».

Дисциплины или виды практик, для которых данная дисциплина является базой «Организация технического сервиса».

Место дисциплины в структуре ОПОП Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе - Блок 1, вариативная часть, дисциплины по выбору - Б1.В.14.ДВ.06.01.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 1

Номер/ индекс компе- тенций	Содержание компетенции	В результате изучения дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	владеть
ПК-14	Способность к освоению особенностей обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин, технического и технологического оборудования и транспортных коммуникаций	понятия технического обслуживания и ремонта, их место в системе обеспечения работоспособности ТИТМО отрасли и эффективности его выполнения;	находить пути повышения качества эксплуатации транспортно-технологическ их машин и комплексов;	навыками применения особенностей обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин, технического и технологическог о оборудования и транспортных коммуникаций
ПК-42	владеть знаниями нормативов выбора и расстановки технологического оборудования	принципиальн ые схемы, устройство, технический уровень и характеристики технологическо го оборудования	пользоваться нормативами выбора и расстановки технологическ ого оборудования	нормативами выбора и расстановки технологическог о

4. Содержание дисциплины

4.1. Содержание разделов и тем дисциплины

Таблица 2

№ п/п	Название раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Основные понятия маркетинга	Введение. Роль маркетинга в оказании услуг по техническому обслуживанию и ремонту транспортных и технологических машин и оборудования. Основные понятия и задачи маркетинга. Модели маркетинга услуг.
2	Маркетинговые исследования	Анализ рыночных возможностей. Классификация услуг и специализация предприятий сервиса. Сущность и цели автосервиса. Требования к системам обеспечения запасными частями и использования автомобиля.
3	Исследование рынка сервисных услуг	Требования к продукции автосервиса. Закон возвышения и удовлетворения потребностей. Качество услуг сервиса. Характеристика качества. Особенности качества услуг автосервиса. Восприятие качества услуг автосервиса российскими потребителями.
4	Маркетинговая среда	Изучение маркетинговой среды. Формирование целей сервиса. Разработка плана исследования. Сбор и анализ маркетинговой информации. Анализ возможностей и угроз автосервиса. Конкурентный анализ рынка автоуслуг. Анализ поведения потребителей на рынке. Определение емкости рынка с учетом климатических условий, особенности определения емкости в северных регионах.
5	Сегментация рынка и анализ конкурентов	Отбор целевых рынков услуг сервиса. Сегментация рынка. Сегментация рынка по признакам потребителей. Сегментация по параметрам услуг. Сегментация рынка по признакам конкурентов. Выбор целевых сегментов. Позиционирование услуг на рынке.
6	Цены и ценовая политика.	Особенности ценообразования в автосервисе. Предпосылки к формированию ценовой стратегии. Методы ценообразования. Расчет цены на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Установление цены на базе определения конкурентоспособности услуг. Восприятие цен потребителями.

4.2. Междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами

Таблица 3

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов и тем данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин					
		1	2	3	4	5	6
1.	Организация		+		+		

	технического сервиса						
2.	Выпускная квалификационная работа					+	+

4.3. Разделы (модули), темы дисциплины и виды занятий

Таблица 4

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Лекц., час.	Практ. зан., час.	Лаб. зан., час.	СРС, час.	Всего, час.
1.	Основные понятия маркетинга	5/2	5/2	-	9/20	23/24
2.	Маркетинговые исследования	5/2	5/2	-	9/20	23/24
3	Исследование рынка сервисных услуг	5/2	5/2	-	9/20	23/24
4	Маркетинговая среда	5/2	5/2	-	10/20	25/24
5	Сегментация рынка и анализ конкурентов	5/2	5/2	-	10/20	25/24
6	Цены и ценовая политика.	5/2	5/2	-	10/20	25/24
Всего:		30/12	30/12	-	57/120	144/144

5. Перечень тем лекционных занятий

Таблица 5

№ раздела	№ темы	Наименование лекции	Трудоемкость (час.)	Формируемые компетенции	Методы преподавания
1	2	3	5	4	6
1	1	Содержание и структура дисциплины	3/1	ПК-14 ПК-42	лекция-диалог
	2	Основные задачи маркетинга. Модели маркетинга услуг.	3/1		лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
2	3	Классификация услуг и специализация предприятий сервиса.	3/1		лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
	4	Требования к системам обеспечения запасными частями и использования автомобиля.	3/1		лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
	5	Сущность и цели автосервиса.	3/1		лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
3	6	Требования к продукции автосервиса. Закон возвышения и удовлетворения потребностей. Качество услуг сервиса. Характеристика качества.	3/1		лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме

	7	Особенности качества услуг автосервиса. Восприятие качества услуг автосервиса российскими потребителями.	3/2		лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
4	8	Разработка плана исследования. Сбор и анализ маркетинговой информации. Конкурентный анализ рынка автоуслуг.	3/2		лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
5	9	Сегментация по параметрам услуг. Сегментация рынка по признакам конкурентов. Выбор целевых сегментов. Позиционирование услуг на рынке.	3/1		лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
6	10	Особенности ценообразования в автосервисе.	3/1	ПК-14 ПК-42	лекция-визуализация визуализации в PowerPoint в диалоговом режиме
		Итого:	30/12		

6. Перечень тем семинарских, практических занятий или лабораторных работ

№ п/п	№ темы	Темы семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Формируемые компетенции	Методы преподавания
1	2	3	4	6	7
1	1-2	Основные понятия маркетинга	5/2	ПК-14 ПК-42	дискуссия
2	3-8	Маркетинговые исследования	5/2		работа в малых группах
3	8	Исследование рынка сервисных услуг	5/2		разбор практических ситуаций
4	9	Маркетинговая среда	5/2		работа в малых группах
5	9	Сегментация рынка и анализ конкурентов	5/2		работа в малых группах, разбор практических ситуаций
6	10	Цены и ценовая политика.	5/2		разбор практических ситуаций
		Итого:	30/12		

7. Перечень тем для самостоятельной работы

Таблица 7

№ п/п	№ раздела (модуля) и темы	Наименование темы	Трудоемкость (час.)	Виды контроля	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1.	1-1	Сущность и цели автосервиса.	9/20	Тест	ПК-14 ПК-42
2.	1-2	Качество услуг сервиса. Характеристика качества.	9/20	Опрос	
3.	2-3	Восприятие качества услуг автосервиса российскими потребителями.	9/20	Опрос, тест	
4.	2-4	Разработка плана исследования. Сбор и анализ маркетинговой информации. Конкурентный анализ рынка автоуслуг.	10/20	Устная защита	
5.	2-5	Выбор целевых сегментов.	10/20	Опрос	
6.	3-6	Особенности ценообразования в автосервисе.	10/20	Устная защита	
Итого:			57/120		

8. Тематика курсовой работы

Не предусмотрена

9. Оценка результатов освоения учебной дисциплины

Рейтинговая система оценки по дисциплине «Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе» для бакалавров направления 23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов»

Таблица 8

1-ый срок предоставления результатов текущего контроля	2-ой срок предоставления результатов текущего контроля	3-ий срок предоставления результатов текущего контроля	Итого
20	20	60	100

Таблица 9

№	Виды контрольных мероприятий	Баллы	№ недели
1	Теоретический курс	0-5	1
2	Письменная контрольная работа	0-5	2
3	Практические работы	0-1	3
4	Работа в аудитории	0-1	4
5	Защита практической работы	0-8	5
ИТОГО (за раздел, тему, ДЕ)		0-20	
6	Теоретический курс	0-5	6

7	Письменная контрольная работа	0-5	7
8	Практические работы	0-1	8
9	Работа в аудитории	0-1	9
10	Защита практической работы	0-8	10
	ИТОГО (за раздел, тему, ДЕ)	0-20	
11	Теоретический курс	0-2	11
12	Письменная контрольная работа	0-2	12
13	Практические работы	0-28	13
14	Работа на занятии	0-6	14
15	Защита практической работы	0-6	15
16	Внеаудиторная самостоятельная работа: подготовка и защита реферата	0-16	16
	ИТОГО (за раздел, тему, ДЕ)	0-60	
	ВСЕГО:	0-100	

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

10.1. База данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС «Издательства Лань»

Адрес сайта – <http://e.lanbook.com>

ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»

Адрес сайта – www.biblio-online.ru

Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ

Адрес сайта – <http://e.lanbook.com>

Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»

Адрес сайта – <http://elibrary.ru/>

ЭБС «IPRbooks»

Адрес сайта – <http://www.iprbookshop.ru/>

Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина

Адрес сайта- <http://elib.gubkin.ru/>

Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа)

Адрес сайта-<http://bibl.rusoil.net>

Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта)

Адрес сайта-<http://lib.ugtu.net/books>

ЭБС «Проспект»

Адрес сайта – <http://ebs.prospekt.org>

ЭБС «Консультант студент»

Адрес сайта – <http://www.studentlibrary.ru>

10.2. Карта обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Перечень используемой литературы представлена в Приложении 1.

11. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Персональные электронно-вычислительные машины с пакетом соответствующих прикладных программ

Для наглядности и усвоения лекционного материала используется курс мультимедийных лекций.

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ УЧЕБНОЙ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРОЙ

Учебная дисциплина «Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе»

Кафедра «Сервис автомобилей и технологических машин»

Код специальности: 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов / бакалавр

Форма обучения

Очная 4 года

Заочная 5лет

Курс

4

5

Семестр

7

9

1. Фактическая обеспеченность дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Учебная, учебно-методическая литература по рабочей программе	Название учебной и учебно-методической литературы, автор, издательство	Год издания	Вид издания	Вид занятий	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающейся литературой, %	Место хранения	Наличие эл. варианта в электронной системе ТИУ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Основная	Басовский Л.Е. Маркетинг [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 080500 "Менеджмент" / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: ИНФРА-М, 2014. – 299 с.	2014	УП	Л, С	15	25	100	БИК	
	Маркетинг: общий курс [Текст]: учебное пособие для бакалавров; учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" / А. Я. Якобсон [и др.]; под ред.: А. Я. Якобсона, Н. Я. Калюжной. - 6-е изд., перераб. - Москва: Омега-Л, 2013. - 504 с.	2015	УП	Л, С	25	25	100	БИК	
Дополнительная	Маркетинг [Текст]: учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / под общ. ред. Н. М. Кондратенко. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2012. - 542 с.	2012	У	Л,С	6	25	100	БИК	
	Бачурин, А. А. Маркетинг на автомобильном транспорте : учебное пособие для вузов / А. А. Бачурин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12343-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/454260	2020	УП	Л,ПР	ЭР				+

2. План обеспечения и обновления учебной и учебно-методической литературы

Учебная литература по рабочей программе	Название учебной и учебно-методической литературы	Вид занятий	Вид издания	Способ обновления учебных изданий	Год издания
1	2	3	4	5	6
Дополнительная	Методические указания к выполнению практических работ по дисциплине " Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе" для студентов направления 230303 "Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов", для студентов всех форм обучения / ТИУ	ПР	МУ	Ресурсы кафедры	-
	Методические указания по изучению дисциплины и организации самостоятельной работы студентов по дисциплине "Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе " направления 230303 "Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов", профиль Автотранспортная мехатроника / ТИУ	СРС	МУ	Ресурсы кафедры	-
	Методические указания к выполнению контрольной работы по дисциплине " Маркетинг в транспортно-технологическом сервисе" направления 230303 "Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов"/ ТИУ	Контрольная работа	МУ	Ресурсы кафедры	-

ЭР – электронный ресурс для автор. пользователей доступен через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ <http://webirbis.tsogu.ru/>

Зав. кафедрой САТМ _____

Н.С. Захаров

Директор БИК _____

Д.Х. Каюкова

« 31 » _____ 08 2020 г.

