

Аннотация рабочей программы дисциплины/практики
Б1.В.ДВ.07.01 Организация фирменного обслуживания
Специальность/направление подготовки: 23.03.03 ЭКСПЛУАТАЦИЯ ТРАНСПОРТНО-
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ
МАШИН И КОМПЛЕКСОВ
Специализация/профиль: Сервис спецтехники

1. Цели освоения дисциплины(модуля)/практики

Целями освоения дисциплины «Организация фирменного обслуживания» по направлению подготовки 23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов, предусмотренных учебным планом, является: изучение основных понятий и современных принципов создания комплекса услуг по фирменному обслуживанию, сервису и ремонту транспортно-технологических машин и комплексов, получение представления об управлении процессом предоставления этих услуг, выработка умения осуществлять эффективную конкуренцию на рынке услуг.

2. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)/практики

ПК-14: способностью к освоению особенностей обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин, технического и технологического оборудования и транспортных коммуникаций

Знать:

Уровень 1	основные понятия и современные принципы организации и планирования производства услуг в сфере фирменного обслуживания транспортно-технологических машин и комплексов
Уровень 2	классификацию и основные виды транспортно-технологического оборудования
Уровень 3	методы контроля и обеспечения качества выполняемых работ и услуг

Уметь:

Уровень 1	разрабатывать нормативы затрат рабочего времени с использованием методов хронометража
Уровень 2	применять планирование основных процессов обслуживания и ремонта транспортно-технологических машин и комплексов
Уровень 3	рассчитывать и оптимизировать параметры сетевого графика

Владеть:

Уровень 1	методами оценки конкурентоспособности предприятия и уровня качества работ и услуг
Уровень 2	разработки инфраструктуры предприятия
Уровень 3	программами расчета основных технико-экономических показателей

3. В результате освоения дисциплины (модуля)/практики обучающийся должен

3.1	Знать:
3.1.1	основные понятия и современные принципы организации и планирования производства услуг классификацию и основные виды транспортно-технологического оборудования; методы контроля и обеспечения качества выполняемых работ и услуг, основные принципы и методы привлечения и удержания клиентов- основы общения с клиентами, сценарии поведения с клиентами.
3.2	Уметь:
3.2.1	переоценивать накопленный опыт в свете развития науки и изменяющейся социальной практики, эффективно использовать свой интеллектуальный потенциал; обрабатывать полученные результаты, анализировать и осмысливать их с учетом имеющихся литературных данных; создавать клиентскую базу данных; управлять клиентской базой данных; сравнивать результаты применения различных управленческих решений. оценивать качество фирменного обслуживания дилерского центра.
3.3	Владеть:
3.3.1	методическим аппаратом, позволяющим исследовать, анализировать и прогнозировать явления в области маркетинга; навыками самостоятельной аналитической и проектной работы, требующей широкого образования в соответствующем направлении

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)/практики

Наименование разделов и тем /вид занятия/

Раздел 1. Организация фирменного обслуживания

Цели, и задачи дисциплины «организация фирменного обслуживания» /Лек/

Виды услуг технического сервиса исходя из проблем обслуживания и ремонта транспортно-технологических машин /Пр/

Классификация предприятий технического сервиса по формам правовому статусу /Ср/

Раздел 2. Эффективность использования ресурсов
Обоснование направлений эффективного использования ресурсов предприятия /Лек/
Изучение факторов влияющих на эффективность производства в предприятиях технического сервиса, соотношения спроса и предложения на оказываемые услуги /Пр/
Изучение методов оценки эффективности мероприятий, направленных на рационализацию технологии и организацию технического сервиса /Ср/
Раздел 3. Анализ рынка услуг по обслуживанию
Технический сервис как производственная система /Лек/
Определение спроса и предложения на рынке услуг фирменного обслуживания транспортно-технологических машин и его емкости /Пр/
Раздел 4. Ценовая политика
Роль и функции цены. Ценовые стратегии /Лек/
Методы маркетингового ценообразования /Пр/
Факторы маркетингового ценообразования Виды скидок /Ср/
Раздел 5. Продвижение
Цели маркетинговых коммуникаций . Формы коммуникаций /Лек/
Этапы разработки форм коммуникации /Пр/
Принципы формирования рекламного бюджета /Ср/
Раздел 6. Товародвижение и его каналы
Виды посредников. Причины и стратегии выбора посредников /Лек/
Мониторинг динамики объемов закупок и других показателей деятельности. Ведение баз данных по компаниям-дилерам /Пр/
Функции и этапы сбыта услуг по ремонту и обслуживанию транспортно-технологических машин /Ср/
Раздел 7. Маркетинговые исследования
Цели и этапы маркетинговых исследований в области обслуживания и ремонта транспортно-технологических машин и комплексов /Лек/
Система маркетинговой информации. Типология маркетинговых исследований /Пр/
Раздел 8. Конкуренция и конкурентоспособность
Рынок: конкурентоспособность и конкурентное преимущество с позиции маркетинга /Лек/
Качество и конкуренто -способность при ремонте транспортно -технологических машин и комплексов /Пр/
Раздел 9. Самостоятельная работа обучающихся
Подготовка к лекциям /Ср/
Подготовка к практическим занятиям /Ср/
Подготовка к зачету /Ср/
Раздел 10. Контрольные часы на аттестацию
Зачет /К/

Трудоёмкость: 3 ЗЕ.