

**Аннотация к рабочей программе
дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере сервисных услуг на
автомобильном транспорте»
по направлению 440304 Профессиональное обучение
(профиль «Транспорт»).**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма контроля: зачет.

Предполагаемый курс: 4.

Целью освоения учебной дисциплины «Менеджмент и маркетинг в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте» является формирование знаний, необходимых для освоения студентами общих принципов, фиксирующих основные закономерности процесса управления в условиях рыночной экономики, техник и технологий применения менеджмента и маркетинга для приобретения новых возможностей в осуществлении стратегических и тактических действий в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте.

Задачами курса являются: способствовать развитию у студентов навыков применения логико-аналитических операций и процедур для решения стратегических и тактических маркетинговых задач при моделировании собственных управленческих действий в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте; ознакомить с современными инструментами менеджмента и маркетинга, используемыми в зарубежной и отечественной практике.

Учебная дисциплина «Менеджмент и маркетинг в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте» относится к вариативному циклу и входит в число дисциплин по выбору. Знания, полученные по дисциплине «Менеджмент и маркетинг в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте», могут непосредственно использоваться при выполнении выпускной квалификационной работы.

Краткое содержание дисциплины:

Методологические основы менеджмента в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте; Инфраструктура менеджмента автомобильного транспорта; Социофакторы и этика менеджмента; Интеграционные процессы в менеджменте; Моделирование ситуаций и разработка решений в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте; Природа и состав функций менеджмента; Стратегические и тактические планы в системе менеджмента автомобильного транспорта; Организационные отношения в системе менеджмента; Факторы эффективности менеджмента.

Маркетинг как функция управления; Товар (услуга) в маркетинговой деятельности; Комплексное исследование товарного рынка в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте; Формирование товарной политики; Деловой рынок и поведение покупателей в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте; Формирование рыночной стратегии; Стратегия ценообразования; Маркетинговая информационная система; Система формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС); Управление маркетинговым процессом в сфере сервисных услуг на автомобильном транспорте.

В результате изучения дисциплины бакалавр должен обладать следующими общекультурными и профессиональными компетенциями:

ОК-3 - способность использовать основы естественнонаучных и экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах

Знает: методологические основы менеджмента и маркетинга

Умеет: использовать инструменты менеджмента и маркетинга при оценке эффективности результатов деятельности автотранспортной организации

Владеет: навыками оценки эффективности результатов деятельности автотранспортных организаций

ОК-5 - способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

Знает: основы мотивации членов команды

Умеет: учитывать влияние социофакторов при организации командной работы

Владеет: навыками решения конфликтов при работе в команде

ОПК-2 - способность выявлять естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессионально-педагогической деятельности

Знает: инструменты выявления проблем

Умеет: моделировать ситуации

Владеет: навыками решения проблем

ОПК-10 - владение системой эвристических методов и приемов

Знает: эвристические методы и приемы

Умеет: формировать систему эвристических методов и приемов для решения конкретных профессиональных задач

Владеет: навыками применения эвристических методов и приемов в практической деятельности организации

ПК-14 - готовность к применению технологий формирования креативных способностей при подготовке рабочих, служащих и специалистов среднего звена

Знает: технологии формирования креативных способностей при подготовке кадров

Умеет: применять технологии формирования креативных способностей при работе с кадрами

Владеет: навыками формирования креативных способностей у различных категорий человеческих ресурсов

ПК-26 - готовность к анализу и организации экономической, хозяйственно-правовой деятельности в учебно-производственных мастерских и на предприятиях

Знает: инструментальный анализа экономической деятельности предприятия

Умеет: пользоваться методами экономического анализа в деятельности предприятия

Владеет: навыками организации экономической деятельности предприятия