

**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 (108 часов)

**Форма контроля:** зачет

**Предполагаемый семестр:** 8

**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: инструментарий анализа экономической деятельности предприятия

Умеет: пользоваться методами экономического анализа в деятельности предприятия

Владеет: навыками организации экономической деятельности предприятия \_\_