



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.04.27 «ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ СО СЛУЖБАМИ ТЕХНИЧЕСКОГО СЕРВИСА И ДИЛЕРАМИ»

Направление подготовки: 35.03.06 Агроинженерия

Направленность (профиль): Технические системы в агробизнесе

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Институт: агропромышленный

Кафедра: технологических процессов в машиностроении и агроинженерии

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	4	4	4
Семестр	7	В	7,8
Лекций	16	6	8
Практических (семинарских) занятий	16	6	10
Лабораторных занятий	-	-	-
Консультации	2	2	2
Форма (ы) промежуточной аттестации	Экзамен-0,3	Экзамен-0,3	Экзамен-0,3
Контроль	18	9	9
Самостоятельная работа	127,7	156,7	150,7

Всего часов: 180

Трудоемкость: 5 зачетных единиц

Разработчик рабочей программы: старший преподаватель А.В. Клапп

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели изучения дисциплины:

Целями изучения дисциплины «Организация работы со службами технического сервиса и дилерами» являются:

Образовательная: обеспечение профессионального образования, способствующего социальной, академической мобильности, востребованности на рынке труда, успешной карьере, сотрудничеству.

Профессиональная: формирование теоретических знаний и приобретение практических навыков в области организации и обеспечения работы со службами технического сервиса и дилерами.

Задачи изучения дисциплины:

Задачами освоения дисциплины «Организация работы со службами технического сервиса и дилерами» являются:

- изучение структуры технического сервиса в РФ и за рубежом;
- изучение структуры дилерской службы в РФ и за рубежом;
- изучение организации работы со службами технического сервиса в РФ и за рубежом;
- изучение организации работы с дилерами в РФ и за рубежом;
- формирование навыков организации работы со службами технического сервиса и дилерами.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках базовой (обязательной) части блока Б1..

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-4	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none">- сущность работы с компьютером как средством разработки, получения и хранения конструкторской документации; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none">- получать ценную информацию из глобальных сетей, позволяющую расширять свой уровень практических знаний о современных направлениях в области технического сервиса и работы с дилерами;	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none">•сущность работы с компьютером как средством разработки, получения и хранения конструкторской документации и получения данных для расчета и проектирования;•практические основы современных информационных технологий <p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none">▪применять в практической деятельности основные положения соответствующих Стандартов;▪использовать, хранить и перерабатывать конструкторскую документацию с применением вычислительной техники в соответствии с действующими стандартами;▪получать ценную информацию из глобальных сетей, позволяющую расширять свой уровень практических знаний о современных

	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки документации. 	<p>направлениях в области тракторостроения;</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ пользоваться глобальными информационными ресурсами и современными средствами телекоммуникаций для сбора и анализа исходных данных для расчета и проектирования; ■ использовать знание современных технологий автоматизации трудоёмких процессов обработки деталей при их массовом изготовлении и других работах, связанных с территориальным планированием деятельности машиностроительных производств <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ основными методами, способами и средствами получения, хранения и переработки конструкторской документации; ○ основами работы с компьютером как средством разработки конструкторской документации на уровне, позволяющем использовать компьютерную технику и специализированные компьютерные программы в своей профессиональной деятельности; ○ компьютерной техникой на уровне, позволяющем повышать свои профессиональные качества за счет получения современной информации в области тракторостроения; ○ методами геометрического моделирования; ○ навыками стандартных методов проектирования
--	--	---

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. «Маркетинг»	79,0	8,0	8,0	-	63,0

	технического сервиса»					
1.	Тема 1. «Маркетинг в системе технического сервиса. Основные положения»	19,0	2,0	2,0	-	15,0
2.	Тема 2. «Маркетинг в системе технического сервиса. Основные виды и их классификация»	20,0	2,0	2,0	-	16,0
3.	Тема 3. «Маркетинг дилерских предприятий. Основные положения»	20,0	2,0	2,0	-	16,0
4.	Тема 4. «Маркетинг дилерских предприятий. Методика определения доли рыночного спроса с учетом особенностей сложившейся ремонтной базы»	20,0	2,0	2,0	-	16,0
	Раздел 2. «Работа с дилерами»	80,7	8,0	8,0	-	64,7
5.	Тема 5. «Технические и экономические аспекты дилерской службы»	20,7	2,0	2,0	-	16,7
6.	Тема 6. «Технические и экономические аспекты дилерской службы»	20,0	2,0	2,0	-	16,0
7.	Тема 7. «Дилерская система технического сервиса»	20,0	2,0	2,0	-	16,0
8.	Тема 8. «Организационные схемы дилерской службы и направления её реформирования»	20,0	2,0	2,0	-	16,0
	Консультация	2,0	2,0	-	-	-
	Экзамен	0,3	-	-	-	0,3
	Итого за 7 семестр	162,0	18,0	16,0	-	128,0
9.	Контроль	18,0	18,0		-	-
	ИТОГО:	180,0	36,0	16,0	-	128,0

Очно-заочная форма обучения

7

№ п/п	Наименование модулей и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. «Маркетинг технического сервиса»	71,7	4,0	-	-	67,7
1.	Тема 1. «Маркетинг в системе технического	18,0	1,0	-	-	17,0

	сервиса. Основные положения»					
2.	Тема 2.«Маркетинг в системе технического сервиса. Основные виды и их классификация»	18,0	1,0	-	-	17,0
3.	Тема 3. «Маркетинг дилерских предприятий. Основные положения»	18,0	1,0	-	-	17,0
4.	Тема 4. « Маркетинг дилерских предприятий. Методика определения доли рыночного спроса с учетом особенностей сложившейся ремонтной базы»	17,7	1,0	-	-	16,7
	Раздел 2. «Работа с дилерами»	97,3	2,0	6,0	-	89,3
5.	Тема 5. « Технические и экономические аспекты дилерской службы»	26,0	1,0	2,0	-	23,0
6.	Тема 6. « Технические и экономические аспекты дилерской службы»	24,0	1,0	1,0	-	22,0
7.	Тема 7. «Дилерская система технического сервиса»	23,0	-	1,0	-	22,0
8.	Тема 8. «Организационные схемы дилерской службы и направления её реформирования»»	24,0	-	2,0	-	22,0
	Консультация	2,0	2,0	-	-	-
9.	Экзамен	0,3	-	-	-	0,3
	Итого за триместр В	171,0	8,0	6,0	-	157,0
10.	Контроль	9,0	9,0		-	-
	ИТОГО:	180,0	17,0	6,0	-	157,0

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование модулей и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. «Маркетинг технического сервиса»	72,0	4,0	4,0	-	64,0
1.	Тема 1. «Маркетинг в системе технического сервиса. Основные положения»	18,0	1,0	1,0	-	16,0
2.	Тема 2.«Маркетинг в	18,0	1,0	1,0	-	16,0

	системе технического сервиса. Основные виды и их классификация»					
3.	Тема 3. «Маркетинг дилерских предприятий. Основные положения»	18,0	1,0	1,0	-	16,0
4.	Тема 4. «Маркетинг дилерских предприятий. Методика определения доли рыночного спроса с учетом особенностей сложившейся ремонтной базы»	18,0	1,0	1,0	-	16,0
	Итого за 7 семестр	72,0	4,0	4,0		64,0
	Раздел 2. «Работа с дилерами»	99,0	4,0	6,0	-	86,7
5.	Тема 5. «Технические и экономические аспекты дилерской службы»	25,0	1,0	2,0	-	22,0
6.	Тема 6. «Технические и экономические аспекты дилерской службы»	24,0	1,0	1,0	-	22,0
7.	Тема 7. «Дилерская система технического сервиса»	23,7	1,0	1,0	-	21,7
8.	Тема 8. «Организационные схемы дилерской службы и направления её реформирования»»	24,0	1,0	2,0	-	21,0
	Консультация	2,0	2,0	-	-	-
9.	Экзамен	0,3				0,3
	Итого за 8 семестр	99,0	6,0	6,0	-	87,0
10.	Контроль	9,0	9,0	-	-	-
	ИТОГО:	108,0	15,0	6,0	-	87,0
	ВСЕГО ЗА КУРС	180,0	19,0	10,0	-	151,0

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме теста и защиты практических работ (ПР) по окончании занятий.

Примерные тестовые задания

1. Маркетинговая товарная политика — это:

- 1) составляющая хозяйственной деятельности предприятия;
- 2) определенный курс действий, принципы поведения предприятия на товарном рынке; в) совокупность средств воздействия на потребителя с помощью товара;
- 3) систему действий предприятия для определения товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами, широкой возможности их выбора.

2. Потребительский маркетинг призван ...

- 1) удовлетворять стиль жизни, привычки, потребности потребителей и влиять на них;

- 2) удовлетворять стиль жизни, привычки, потребности потребителей и влиять на них через торговую сеть;
- 3) привлекать и сохранять тех потребителей в выбранных рыночных сегментах, которые обеспечивают стабильное финансовое состояние предприятия в текущий момент в перспективе;
- 4) определять товара на рынке, удовлетворять конкретного потенциального потребителя товарами и оказывать широкую возможность их выбора.

3. Торговый маркетинг направлен на ...

- 1) удовлетворение стиля жизни, привычек, потребностей потребителей;
- 2) удовлетворение стиля жизни, привычек, потребностей потребителей и воздействие на них через торговую сеть;
- 3) привлечение и хранение потребителей в выбранных рыночных сегментах, которые обеспечивают стабильное финансовое состояние предприятия в текущий момент в перспективе;
- 4) определение места товара на рынке, удовлетворение конкретного потенциального потребителя товарами и предоставление широкой возможности их выбора.

4. Стратегия интенсивного маркетинга предполагает:

- 1) низкие цены на новый товар сочетаются с большими затратами на стимулирование сбыта;
- 2) высокие цены и низкий уровень сбытовых расходов; в) высокие цены и большие затраты на стимулирование сбыта;
- 3) рациональное соотношение низких цен на товар и незначительных расходов на стимулирование сбыта.

5. Одним из условий применения стратегии интенсивного маркетинга являются:

- 1) большая часть потенциальных покупателей знает о новом товаре;
- 2) емкость рынка ограничена;
- 3) компания учитывает возможность конкуренции и стремится выработать у потребителей хорошее впечатление о своем товаре;
- 4) большинство покупателей не сможет заплатить высокую цену за товар

6. Как называется комплекс работ по поддержанию работоспособности и исправности машин при их использовании, хранении и транспортировке?

- 1) социальное обслуживание
- 2) техническое обслуживание
- 3) физическое обслуживание
- 4) механическое обслуживание

7. Как называется событие, заключающееся в потере работоспособности машины?

- 1) надежность
- 2) исправное состояние
- 3) дефектирование
- 4) отказ

8. Как называется состояние машины, при котором ее дальнейшая эксплуатация должна быть прекращена из-за нарушения требований безопасности, выход заданных параметров за установленные пределы, снижение эффективности эксплуатации или из-за необходимости проведения капитального ремонта?

- 1) предельное состояние
- 2) нормальное состояние
- 3) интересное положение
- 4) супернормальное состояние

9. При любом способе организации технического обслуживания машин средства ТО перемещаются к объектам, на места их работы?

- 1) передвижном

- 2) централизованном
- 3) быстром
- 4) медленном

10. Какая карта описывает технологический процесс со всеми операциями в технологической последовательности с указанием необходимых данных об оборудовании, оснащении и материалы?

- 1) карта эскизов (КЭ)
- 2) операционная карта (ОК)
- 3) маршрутная карта (МК)
- 4) технологическая карта (ТК)

11. Когда и через какой интервал времени выполняется ежесменное техническое обслуживание (ЕТО) по тракторами?

- 1) посередине изменения, через 4 ч работы
- 2) через 60 ч работы
- 3) через 100 ч работы
- 4) в начале или в конце смены, через 8 — 10 ч работы

12. Сколько раз в год выполняется сезонное техническое обслуживание (СТО) автомобилей?

- 1) один раз, СТО-ОЗ
- 2) четыре раза, СТО-ОЗ-2, СТО-ВЛ-2
- 3) два раза СТО-ОЗ, СТО-ВЛ
- 4) не выполняется совсем

13. Для тракторов, производство которых началось после 1 января 1982 года, периодичность ТО составляет?

- 1) ТО-1 (125 мото · ч.), ТО-2 (500 мото · ч.), ТО-3 (1000 мото · ч.)
- 2) ТО-1 (100 мото · ч.), ТО-2 (200 мото · ч.), ТО-3 (300 мото · ч.)
- 3) ТО-1 (50 мото · ч.), ТО-2 (100 мото · ч.), ТО-3 (150 мото · ч.)
- 4) ТО-1 (1000 мото · ч.), ТО-2 (2000 мото · ч.), ТО-3 (3000 мото · ч.)

14. Согласно действующей системы в чем измеряется периодичность проведения технического обслуживания автомобилей?

- 1) кг израсходованного топлива
- 2) км пробега
- 3) мото-часах
- 4) кг израсходованного топлива; мото-часах, усл. эт .га

15. При каком ТО для тракторов проводят проверку и регулировку теплового зазора клапанов газораспределительного механизма?

- 1) ТО-1
- 2) ТО-2
- 3) ЕТО
- 4) ТО-2, ТО-3

16. При проведении которого ТО выполняется замена масла в системе смазки двигателя внутреннего сгорания?

- 1) ЕТО
- 2) ТО-2
- 3) ТО-1
- 4) не выполняется

17. При проведении которого ТО проверяют уровень охлаждающей жидкости в расширительном бачке системы охлаждения ДВС?

- 1) ТО-1
- 2) ЕТО +
- 3) ТО-2
- 4) ТО-3

18. Во время проведения которого ТО необходимо сливать отстой из фильтров грубой очистки топлива?

- 1) ЕТО
- 2) ТО-2
- 3) ТО-1
- 4) ТО-3

19. При каком техническом обслуживании проводят замену фильтров системы смазки ДВС?

- 1) ЕТО
- 2) ТО-1
- 3) ТО-2
- 4) не имеет значения

20. Какой должен быть уровень электролита над защитной решеткой пластин малообслуживаемые аккумуляторной батареи?

- 1) 20 мм
- 2) до 5 мм
- 3) 10-15 мм
- 4) 25-30 мм

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена, с использованием следующих оценочных материалов:

Вопросы к экзамену

(7, В, 7 и 8 семестр, очная, очно-заочная, заочная форма обучения)

- 1. Понятие «маркетинг».
- 2. Понятие «сервис».
- 3. Задачи маркетинга при техническом сервисе.
- 4. Основные функции маркетинга технического сервиса.
- 5. Основные направления маркетинга технического сервиса.
- 6. Недифференцированный маркетинг технического сервиса.
- 7. Дифференцированный маркетинг технического сервиса.
- 8. Концентрированный маркетинг технического сервиса.
- 9. Задачи маркетинга дилерских предприятий.
- 10. Методика определения доли рыночного спроса с учетом особенностей сложившейся ремонтной базы.
- 11. Фирменный сервис.
- 12. Виды обслуживания, выполняемые дилером.
- 13. Гарантированный ремонт.
- 14. Послегарантийный ремонт.
- 15. Принципы обслуживания сельскохозяйственной техники.
- 16. Требования фирмы-изготовителя к дилерам.
- 17. Экономические аспекты дилерской службы.
- 18. Виды дилерских служб.
- 19. Система фирменного спроса.
- 20. Дилерская система.
- 21. Дилерская система фирменного спроса.
- 22. Направления реформирования ремонтной базы на основе дилерской службы.
- 23. Формы реализации технического сервиса.
- 24. Организационные схемы дилерской службы.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Основная литература

1. Цахаев, Р.К. Маркетинг: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172> (дата обращения: 01.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03478-7. – Текст : электронный.

4.2 Дополнительная литература

1. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 258 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437> (дата обращения: 01.09.2020). – Библиогр.: с. 254 - 255. – ISBN 978-5-394-03200-4. – Текст : электронный.

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Свободный доступ
2.	http://diss.rsl.ru	Электронная библиотека диссертаций	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- Libre Office;

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения лекций и лабораторных работ. Аудитории укомплектованы специализированной мебелью. Часть из них укомплектованы техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (проектор, экран, интерактивная доска, компьютер/ноутбук). При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используется компьютерная техника для показа учебных фильмов, демонстрации наглядных материалов и презентаций, соответствующих темам рабочей программы.

В ходе образовательного процесса осуществляется самостоятельный поиск студентами дополнительного учебного материала с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных библиотечных систем. Для осуществления самостоятельной работы имеются кабинеты, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (Научная библиотека). В учебном корпусе № 12 обеспечен свободный доступ к сети интернет (Wi-Fi).