

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
(ВлГУ)



Проректор

по учебно-методической работе

А.А.Панфилов

2015 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**по дисциплине**

**«ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 43.03.01 "Сервис"

Профиль подготовки «Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка»

Уровень высшего образования Бакалавриат

Форма обучения Очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед,час.	Лек-ций, час.	Практич. занятий, час.	Лаборат. работ, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
1	4 / 144	18	36	-	45	экзамен (45 час.)
Итого	4 / 144	18	36	-	45	экзамен (45 час.)

Владимир, 2015

*Панфилов*

## **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

Учебная цель дисциплины — формирование системы базовых знаний о сервисной деятельности, услугах, формах и прогрессивных методах обслуживания потребителей услуг.

Задачи дисциплины:

— формирование у студентов устойчивой мотивации к изучению предмета и потребность в систематизированных знаниях в области сервиса для применения их в профессиональной деятельности;

— формирование представления о сервисной деятельности и устойчивой мотивации к освоению студентами основных принципов работы с потребителями как важнейшей составляющей успешной деятельности организации.

Студенты, обучающиеся по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» профиля «Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка» получают необходимые теоретические знания, которые в дальнейшем используют на практике в различных сферах бизнеса. Изучение дисциплины «Введение в профессию» необходимо, чтобы студенты могли понять возможности, которыми они располагают в вузе при обучении, а также основные позиции, отражающие элементы учебного и научного исследовательского процесса. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, помогут им в работе над рефератами, курсовыми и дипломными работами.

## **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО**

Дисциплина «Введение в профессию» является дисциплиной по выбору студента вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 43.03.01 «Сервис».

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в средней общеобразовательной школе.

Данная учебная дисциплина входит в систему пропедевтических курсов – «введений», ориентированных на изучение основ сервисной деятельности и на повышение гуманистической составляющей при подготовке профессионалов в сфере услуг.

Курс «Введение в профессию» закладывает базовые компетенции и основы изучения дисциплин «Сервисология», «Сервисная деятельность», «Менеджмент в сервисе», «Маркетинг в сервисе» и других дисциплин профессионального цикла, направленных на подготовку профессионалов в сфере обслуживания.

## **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В результате освоения дисциплиной выпускник с квалификацией (степенью) «бакалавр» в соответствии с требованиями ФГОС, целями основной образовательной программы и задачами профессиональной деятельности должен обладать способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК 5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать** основные понятия, сущность и значение клиентоориентированного подхода в сервисной деятельности (ОК-5)

**Уметь** организовать процесс изучения дисциплины с применением современных технологий, используя богатый потенциал научной библиотеки университета (ОК-5)

**Владеть навыками** поиска, сбора и анализа научно-технической информации для подготовки докладов по теме, участия в дискуссиях, а также в целях изучения отечественного и зарубежного опыта в организации сервисной деятельности в автомобильной отрасли (ОК-5).

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

№ п/п	Раздел(тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Семинары	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы, коллоквиумы	СРС		
1	Введение. Предмет, цели и задачи курса. Основные понятия.	1	1-2	2		2	—		4	2/50	Эссе
2	История развития автомобильного рынка	1	3-4	2		4			6	4/67	
3	Роль и значение клиентоориентированного подхода в сервисе	1	5-6	2		4			4	4/67	Рейтинг-контроль № 1
4	Формы организации предоставления услуг на автомобильном рынке	1	7-8	2		4			6	6/100	
5	Дилерские сервисные центры: организация, структура, перспективы развития	1	9-10	2		4			6	4/67	

6	Передовые отечественные и зарубежные технологии обслуживания клиентов	1	11-12	2	2		6		2/50	Рейтинг-контроль №2
7	Профессиональные стандарты персонала	1	13-14	2	6		4	-	-	Тест
8	Навыки клиентоориентированного подхода. Взаимодействие с клиентами	1	15-16	2	4		4		2/34	
9	Технология профессионального самоопределения личности специалиста в сфере предоставления услуг	1	17-18	2	6		5		6/75	Рейтинг-контроль №3
	Итого			18	36		45		30/56	45 (экзамен)

Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них профессиональных компетенций представлена в таблице.

Темы, разделы дисциплины	Количество часов	Компетенции	Σ общее число компетенций
		OK-5	
Введение. Предмет, цели и задачи курса. Основные понятия.	8	+	1
История развития автомобильного рынка	12	+	1
Роль и значение клиентоориентированного подхода в сервисе	10	+	1
Формы организации предоставления услуг на автомобильном рынке	12	+	1
Дилерские сервисные центры: организация, структура, перспективы развития	12	+	1
Передовые отечественные и зарубежные технологии обслуживания клиентов	10	+	1
Профессиональные стандарты персонала	12	+	1

Экзамен	45	+	
Итого	144		
Вес компетенции		1	

## СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

### Перечень тем лекционных занятий

#### **Тема 1. Введение. Предмет, цели и задачи курса. Основные понятия.**

Основные понятия и определения сервиса как сферы деятельности. Базовые понятия сервисной деятельности (потребность, услуга, обслуживание и пр.). Предпосылки развития сервисной деятельности. Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни страны. Особенности занятости в автомобильной индустрии. Взаимосвязь основных тенденций развития автомобильного рынка и профессиональные требования к работникам предприятий, предоставляющих услуги.

#### **Тема 2. История развития автомобильного рынка**

Определение и сущность автомобильного рынка. Объект и субъект. Исторические этапы развития автомобильного рынка. Автомобильный рынок России. Статистика. Автомобильная промышленность. Динамика развития автомобильного рынка России.

#### **Тема 3. Роль и значение клиентаориентированного подхода в сервисе**

Понятие и сущность сервисной деятельности. Понятие и сущность клиентаориентированного сервиса. Основные принципы клиентаориентированного подхода в деятельности предприятия. База, основа, фундамент клиентаориентированного бизнеса: качественный продукт или услуга.

#### **Тема 4. Формы организации предоставления услуг на автомобильном рынке**

Клиентский сервис — без чего невозможен клиентаориентированный бизнес. Система управления продажами и обслуживанием. Инфраструктура клиентаориентированного бизнеса. Брэндинг сервиса.

#### **Тема 5. Дилерские сервисные центры: организация, структура, перспективы развития**

Развитие системы фирменного обслуживания автомобилей в России. Современное предприятие фирменного обслуживания автомобилей, представляющее собой дилерско-сервисный центр — это сложная система. Организация и управление современными системами фирменного сервисного обслуживания. Состояние и перспективы развития ведущих сервисных центров по обслуживанию легковых и грузовых транспортных средств. Зарубежный и отечественный опыт развития дилерских сервисных центров.

#### **Тема 6. Передовые отечественные и зарубежные технологии обслуживания клиентов**

Технологии обслуживания клиентов ДСЦ. Роль ИТ-технологий. Реинжиниринг бизнес-процессов в организациях сервиса. Опыт передовых компаний автомобильного рынка.

### **Тема 7. Профессиональные стандарты персонала.**

Понятие культуры сервиса (культуры обслуживания). Профессиональные основы деятельности работников сферы сервиса. Оценка уровня культуры сервиса. Профессиональные требования к персоналу. Знания, умения и навыки, которыми должен обладать работник сферы услуг.

### **Тема 8. Навыки клиентаориентированного подхода. Взаимодействие с клиентами.**

Система внутреннего и внешнего сервиса как часть корпоративной культуры компании. Без внутреннего сервиса нет внешнего. Умение слушать и слышать потребности клиента как центральный аспект клиентаориентированности. Основные принципы работы с информацией для клиента. Забота о клиенте. Формы проявления заботы о нуждах клиента. Разрешение конфликтных ситуаций. Успешное разрешение конфликтной ситуации и его значение в укреплении лояльности клиентов компании. Основные навыки переговоров в конфликтной ситуации.

### **Тема 9. Технология профессионального самоопределения личности специалиста в сфере предоставления услуг**

Психология службы сервиса как специальная отрасль психологии. Тактика обслуживания потребителей услуги. Профессиональная этика работников сервиса. Культура общения работников с клиентами. Этика взаимоотношений в трудовом коллективе. Современная корпоративная культура.

Современные требования к кадрам руководителей ДСЦ применительно к новым формам и тенденциям развития клиентаориентированного бизнеса. Организация деятельности руководителя: управленческая культура руководителя; планирование как функция управления коллективом; анализ деятельности руководителя; стиль и методы управления коллективом.

#### **Практические занятия**

Освоение курса предполагает проведение практических занятий с целью закрепления теоретических знаний и формирования прикладных навыков, направленных на развитие профессиональных компетенций студентов.

Практические занятия проводятся с использованием интерактивных технологий в виде решения кейсов на базе материалов и реальных ситуаций, взятых из практики организаций туризма и социально-культурного сервиса, проведения дискуссий и круглых столов по наиболее актуальным проблемам, а также проведение выездных занятий с посещением предприятий туристской сферы.

#### **Примерная тематика проведения практических занятий студентов.**

##### **Тема 1. Введение. Предмет, цели и задачи курса. Основные понятия.**

- 1) Основные понятия и определения сервиса как сферы деятельности. Базовые понятия сервисной деятельности (потребность, услуга, обслуживание и пр.).
- 2) Роль сервисной деятельности в социально-экономической жизни страны.
- 3) Особенности занятости в автомобильной индустрии.

**Тема 2. История развития автомобильного рынка**

- 1) Определение и сущность автомобильного рынка. Объект и субъект.
- 2) Исторические этапы развития автомобильного рынка.
- 3) Динамика развития автомобильного рынка России.

**Тема 3. Роль и значение клиентаориентированного подхода в сервисе**

- 1) Понятие и сущность сервисной деятельности.
- 2) Понятие и сущность клиентаориентированного сервиса.
- 3) База, основа, фундамент клиентаориентированного бизнеса: качественный продукт или услуга.

**Тема 4. Формы организации предоставления услуг на автомобильном рынке**

- 1) Клиентский сервис
- 2) Система управления продажами и обслуживанием.
- 3) Инфраструктура клиентаориентированного бизнеса. Брэндинг сервиса.

**Тема 5. Дилерские сервисные центры: организация, структура, перспективы развития**

- 1) Понятие системы фирменного обслуживания автомобилей.
- 2) Дилерский сервисный центр.
- 3) Организация и управление современными системами фирменного сервисного обслуживания.
- 4) Состояние и перспективы развития ведущих сервисных центров по обслуживанию легковых и грузовых транспортных средств во Владимирском регионе..
- 5) Зарубежный и отечественный опыт развития дилерских сервисных центров.

**Тема 6. Передовые отечественные и зарубежные технологии обслуживания клиентов**

- 1) Технологии обслуживания клиентов ДСЦ.
- 2) Роль ИТ-технологий.
- 3) Реинжиниринг бизнес-процессов в организациях сервиса.
- 4) Опыт передовых компаний автомобильного рынка.

**Тема 7. Профессиональные стандарты персонала.**

- 1) Понятие культуры сервиса (культуры обслуживания).
- 2) Профессиональные требования к персоналу. Знания, умения и навыки, которыми должен обладать работник сферы услуг.
- 3) Система внутреннего и внешнего сервиса как часть корпоративной культуры компании.

**Тема 8. Навыки клиентаориентированного подхода. Взаимодействие с клиентами.**

- 1) Основные принципы работы с информацией для клиента.
- 2) Забота о клиенте. Формы проявления заботы о нуждах клиента.

- 3) Разрешение конфликтных ситуаций. Успешное разрешение конфликтной ситуации и его значение в укреплении лояльности клиентов компании. Основные навыки переговоров в конфликтной ситуации.

### **Тема 9. Технология профессионального самоопределения личности специалиста в сфере предоставления услуг**

- 1) Психология службы сервиса как специальная отрасль психологии.
- 2) Профессиональная этика работников сервиса.
- 3) Организация деятельности руководителя: управленческая культура руководителя; планирование как функция управления коллективом; анализ деятельности руководителя; стиль и методы управления коллективом.

### **5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

В процессе освоения дисциплины «Введение в профессию» применяются образовательные технологии, обеспечивающие развитие компетентного подхода, формирования у студентов профессиональных компетенций. Образовательные технологии реализуются через такие формы организации учебного процесса, как лекции, практические занятия и самостоятельная работа.

Кроме вводных и обзорных лекций используются проблемные лекции и лекции-диалоги в форме дискуссий, что активизирует процесс обучения. Проблемные лекции считаются наиболее оптимальными для учебного процесса, так как образовательная деятельность имеет в своей основе решение проблемных ситуаций.

В результате дискуссий у студентов развивается мышление, позволяющее избежать пассивного восприятия информации и содействовать свободному обмену мнениями. Для развития образного мышления у студентов используется мультимедийное сопровождение лекций и видеоматериалов.

Предполагается использование следующих интерактивных форм проведения занятий:

Метод	Темы, в которых применяется	Количество часов
Дискуссии	Тема 2. История развития автомобильного рынка Тема 3. Роль и значение клиентаориентированного подхода в сервисе Тема 7. Профессиональные стандарты персонала.	2 2 2
Эссе	Тема 8. Как я представляю свою специальность в будущем Тема 9. Я – профессионал своего дела	2 2
Case-study (анализ конкретных ситуаций)	Тема 8. Разрешение конфликтных ситуаций. Тема 9. Технология профессионального самоопределения личности специалиста в сфере предоставления услуг	2 2
Экскурсии в дилерские сервисные центры	Тема 4. Формы организации предоставления услуг на автомобильном	2

	рынке  Тема 5. Дилерские сервисные центры: организация, структура, перспективы развития  Тема 6. Передовые отечественные и зарубежные технологии обслуживания клиентов	2  2
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины «Введение в профессию» направлена на закрепление основных элементов теоретического и практического курсов. В ходе ее реализации по предварительно выданным студентам заданиям предусмотрены следующие формы контроля:

1. Рейтинг-контроль.
2. Решение ситуационных задач в рамках практических работ.
3. Индивидуальные и коллективные консультации по практической работе.
4. Выступление и оппонирование на практических занятиях.
5. Подготовка эссе.
6. Экзамен.

Текущий контроль включает участие в интерактивных играх, упражнениях, тренингах, а также проведение тестирования.

**Промежуточная аттестация** по курсу осуществляется в форме экзамена.

### **Примерные вопросы к экзамену.**

1. Основные понятия и определения сервиса как сферы деятельности. Базовые понятия сервисной деятельности (потребность, услуга, обслуживание и пр.).
2. Особенности занятости в автомобильной индустрии.
3. Взаимосвязь основных тенденций развития автомобильного рынка и профессиональные требования к работникам предприятий, предоставляющих услуги.
4. Определение и сущность автомобильного рынка. Объект и субъект.
5. Исторические этапы развития автомобильного рынка.
6. Современное состояние автомобильного рынка России.
7. Перспективы развития автомобильного рынка России.
8. Понятие и сущность сервисной деятельности.
9. Понятие и сущность клиентаориентированного сервиса.
10. Основные принципы клиентаориентированного подхода в деятельности предприятия.
11. Инфраструктура клиентаориентированного бизнеса.
12. Формы организации предоставления услуг на автомобильном рынке
13. Система управления продажами и обслуживанием.
14. Брэндинг сервиса.
15. Развитие системы фирменного обслуживания автомобилей в России.
16. Дилерско-сервисный центр как система.
17. Организация и управление современными системами фирменного сервисного обслуживания.

18. Состояние и перспективы развития ведущих сервисных центров по обслуживанию легковых и грузовых транспортных средств.
19. Зарубежный и отечественный опыт развития дилерских сервисных центров.
20. Передовые отечественные и зарубежные технологии обслуживания клиентов
21. Технологии обслуживания клиентов ДСЦ.
22. Роль ИТ-технологий.
23. Реинжиниринг бизнес-процессов в организациях сервиса.
24. Понятие культуры сервиса (культуры обслуживания).
25. Профессиональные основы деятельности работников сферы сервиса.
26. Профессиональные требования к персоналу. Знания, умения и навыки, которыми должен обладать работник сферы услуг.
27. Система внутреннего и внешнего сервиса как часть корпоративной культуры компании.
28. Психология службы сервиса как специальная отрасль психологии.
29. Тактика обслуживания потребителей услуги.
30. Профессиональная этика работников сервиса.
31. Культура общения работников с клиентами.
32. Современная корпоративная культура.
33. Организация деятельности руководителя: управленческая культура руководителя; планирование как функция управления коллективом; анализ деятельности руководителя; стиль и методы управления коллективом.

**Примерные задания для проведения текущего контроля знаний студентов:**

**Рейтинг 1 Тест для проверки знаний**

- 1. История развития автомобиля начинается с ...**
  1. Создания парового двигателя
  2. Создания ДВС
  3. Изобретения колеса
  4. Создания первого автомобиля с ДВС
- 2. Самым «старым» средством передвижения считаются ...**
  1. Колесницы
  2. Квадриги
  - 3 Сани
  4. Одноосные арбы
- 3. Кто в 1752 году построил в Петербурге «самобеглую коляску»?**
  1. И.П. Кулибин
  2. Л.Л. Шамшуренков
  3. К. Дрейз
  4. Е.И. Артамонов
- 4. Первый в мире автомобиль с паровым двигателем был построен в...**
  1. 1760 г.
  2. 1769 г.
  3. 1860 г.
  4. 1791 г.
- 5. Слово «шофер» в переводе на русский язык означает ...**
  1. Водитель
  2. Кучер
  3. Кочегар
  4. Впередсмотрящий
- 6. Первый работоспособный автомобиль с ДВС был построен в ...**
  1. 1884 г.

2. 1886 г

3. 1875 г.

4. 1880 г.

**7. Кто считается изобретателем автомобиля с ДВС?**

1. Д. Селден

2. З. Маркус

3. Панар и Э.Левассор

4. Г. Даймлер и К. Бенц

**8. Карданиную передачу и трехвальную коробку передач в трансмиссии автомобиля первым применил...**

1. А. Пежо

2. Г. Даймлер

3. Л. Рено

4. К. Бенц

**9. Впервые электрический стартер был применен на автомобиле марки...**

1. «Кадиллак»

2. «Мерседес»

3. «Пежо»

4. «Роллс-ройс»

**10. Первые автомобильные шины имели марку ...**

1. «Гудьир»

2. «Бриджстоун»

3. «Континенталь»

4. «Мишлен»

**11. Первым переднеприводным считается автомобиль марки...**

1. «ДКВ»

2. «Фиат»

3. «Ситроен»

4. «Татра»

**12. Какую марку носил первенец советского автомобилестроения?**

1. ЗИС-5

2. ЯГ-3

3. АМО-Ф-15

4. ГАЗ-АА.

**13. В каком году был выпущен первый серийный советский автомобиль?**

1. В 1924

2. В 1930

3. В 1922

4. 1926

**14. Первые в мире грузовики назывались ...**

1. Омнибусы

2. Фургоны

3. Такси

4. Пуалуры

**15. Какое главное качество многоцилиндровых двигателей привело к их распространению на автомобилях?**

1. Плавность работы

2. Большая мощность

3. Большой крутящий момент

4. Бесшумность

**1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:**

1. опрос, профессионализм, качество;
2. услуга, спрос, специалист;
3. деятельность, потребность и услуга.

**2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:**

1. исследовательская;
2. потребительская (пользовательская);
3. ценностно-ориентационная.

**3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:**

1. бронирование номеров;
2. прием и размещение;
3. расчет при выезде.

**4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:**

1. рекламные услуги;
2. организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете;
3. психодиагностику.

**5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:**

1. уровень развития экономики и хозяйственная система;
2. мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе;
3. общественные структуры: политические партии.

**6. В чем заключается неосызаемость услуги:**

1. процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса;
2. услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит;
3. они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения.

**7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:**

1. спрос;
2. потребность;
3. мотивация.

**8. Отличительными особенностями услуг являются:**

1. неразрывность производства и потребления услуги;
2. неохраняемость услуг;
3. незабываемость услуг.

**9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:**

1. определенный способ предоставления услуг заказчику;
2. предоставление информации клиенту;
3. оказание услуги клиенту.

**10. Сервисная деятельность – это:**

1. активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
2. управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
3. продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

**11. Услуга обладает следующими качествами:**

1. способность к хранению и транспортировке;
2. неотделимость от своего источника;
3. неизменностью качества.

**12. К некоммерческим услугам относят:**

1. услуги предприятий туризма и отдыха;
2. услуги организаций общественного питания;
3. услуги благотворительных фондов.

**13. Целью сервисной деятельности является:**

1. удовлетворение человеческих потребностей;
2. исследование рынка услуг;
3. производство услуг.

**14. Контактной зоной не является:**

1. зона ремонта бытовой техники;
2. рабочее место парикмахера;
3. рабочее место стоматолога.

**15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:**

1. бесконтактным;
2. формальным;
3. бесплатным.

**16. Физические потребности это потребности в:**

1. в общественной деятельности,
2. во сне;
3. в творческой деятельности.

**17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:**

1. бесконтактное обслуживание;
2. фирменное обслуживание;
3. неформальное обслуживание.

**18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:**

1. поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке.
2. осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
3. реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

**19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния.**

**Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей.**

1. 0 – 45 см;
2. 45 – 120 см;
3. 120 – 400 см.

**20. Франчайзинг – это когда:**

1. компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
2. компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;
3. компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

**21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:**

1. социальный статус;
2. выгода;
3. мотив.

**22. Характеристика услуг:**

1. неопределенность качества;
2. могут накапливаться;
3. передача собственности.

**23. Характеристика товаров:**

1. неоднородность;
2. индивидуальность;
3. осязаемость.

**24. Виды сервиса по содержанию работ. Жесткий сервис это:**

1. включает в себя все услуги по поддержанию работоспособности, безотказности и заданных параметров работы (выполнение нормативов, регламентирующих выполнение услуги);
2. включает комплекс интеллектуальных услуг, связанных с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя, а также с расширением сферы полезности товара для него;
3. сервис не связан с проданным товаром, оказанной услугой, а нацелен на поддержание хороших взаимоотношений с потребителем.

**25. Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства:**

1. разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
2. соответствие техническим условиям и стандартам;
3. требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия.

**Рейтинг 3. Написать эссе на одну из предложенных тем:**

**Темы эссе**

- 1 История развития автомобилестроения в России.
- 2 О моей профессии
- 3 Как я представляю свою специальность в будущем
- 4 Я – профессионал своего дела
- 5 Роль транспорта в нашей жизни
- 6 Развитие и современное состояние автомобильного рынка
- 7 Люди и машины
- 8 Известные имена в сфере автомобилестроения
- 9 Автомобили будущего

Примерная тематика эссе не ограничивает студента в выборе темы. Студент может сам определить понравившееся ему направление исследований и, согласовав тему с руководителем (получив разрешение), выполнить и представить эссе на кафедру.

Построение эссе - это ответ на вопрос или раскрытие темы, которое основано на классической системе доказательств.

Структура эссе. Титульный лист Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически. На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса. Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Подытоживает эссе или еще раз вносит пояснения, подкрепляет смысл и значение изложенного в основной части.

Методы, рекомендуемые для составления заключения: иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).

Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.

### **Самостоятельная работа студента**

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Введение в профессию» проводится в целях закрепления и систематизации теоретических знаний, а также формирования практических навыков по их применению при решении прикладных задач в выбранной предметной области. Она включает самоподготовку студентов к участию в проблемных дискуссиях и круглых столах, решению кейсов, проведению самостоятельных прикладных исследований по изучаемой дисциплине.

В процессе самоподготовки к участию в проблемных дискуссиях и круглых столах студент проводит сбор и анализ материалов по заданной тематике, используя открытые источники информации.

При подготовке эссе и участия в дискуссиях и деловой игре студенты руководствуются методическими указаниями преподавателя.

## **7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **а) Основная литература:**

1. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс] : Учебное пособие / М. В. Виноградова, З. И. Панина. — 8-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 448 с. - ISBN 978-5-394-02351-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=511993>

2. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг: специфика применения и инновационные подходы: Моногр./Христофоров А.В., Христофорова И.В.; под ред. Суглобова- М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 159 с.: 60x88 1/16. - (Научная мысль) (O) ISBN 978-5-369-01490-5 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=528057>

3. Экономика отрасли (автомобильный транспорт): Учебник/Туревский И. С. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 288 с.: 60x90 1/16. - (Профессиональное образование) (Переплёт ТБЦ) ISBN 978-5-8199-0303-2 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=502711>

### **б) Дополнительная литература:**

1. Шоул, Дж. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество [Электронный ресурс] / Джон Шоул; Пер. с англ. — 5-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 340 с. - ISBN 978-5-9614-2269-6 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518830>

2. Организация технического обслуживания и ремонта автомобилей: учебное пособие / Н.А. Коваленко. - М.: НИЦ ИНФРА-М, Нов. знание, 2016. - 228 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-011446-0 Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=525206>

3. Основы предпринимательской деятельности: Учебник / В.Н. Наумов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 313 с.: 60x90 1/16 + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплёт) ISBN 978-5-16-006877-0, Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411733>

4. Костина Г. Д. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг : учебное пособие / Г. Д. Костина, Н. К. Моисеева. - М., 2010. - 174, [1] с. : ил., табл. - Рекомендовано УМО.

### **в) Периодические издания:**

1. Журнал «Автомобиль и сервис»
2. Журнал «Автомобиль на службе»
3. Журнал «Автолегенды СССР»
4. Журнал «За рулем»

**г) Интернет-ресурсы:**

1. Википедия. Свободная энциклопедия: <https://ru.wikipedia.org/>
2. История автомобиля. - [http://www.auto-uch.info/ist\\_auto.html](http://www.auto-uch.info/ist_auto.html).
3. История автомобиля в России. - [http://nsportal.ru/ap/ap/drugoe/2014/03/14/istoriya\\_razvitiya-avtomobiliya-v-rossii](http://nsportal.ru/ap/ap/drugoe/2014/03/14/istoriya_razvitiya-avtomobiliya-v-rossii)
4. Реферативный журнал «Автомобилестроение». - <http://www.akc.ru/itm/1558082143/>
5. Журналы «За рулем» - <http://www.zr.ru>.
6. Портал статистических данных: <http://statistika.ru/>
7. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>

**7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. Иллюстративный и текстовый раздаточный материал.
2. Презентатор (стационарный и переносной) с мультимедиа технологиями.
3. Компьютерный класс с современным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 43.03.01 «Сервис», профилю подготовки «Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка»

Рабочую программу составил: Робертс М.В., доцент кафедры БУФиС, к.п.н.



Рецензент (ы): Генеральный директор ООО «Континент-М» Зиганшин Давид Михайлович



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры БУФиС

протокол № 5 от 25.11.2015 года.

Заведующий кафедрой  Лускатова О.В., проф., д.э.н.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 43.03.01 «Сервис»

Протокол № 2 от 26.11. 2015 года.

Председатель комиссии  П.Н.Захаров, проф., д.э.н.

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ**  
**РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на 2016/17 учебный год

Протокол заседания кафедры № 1 от 31.08.16 года

Заведующий кафедрой Лускатова О.В. Лускатова О.В., проф., д.э.н.

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Лускатова О.В., проф., д.э.н.

Рабочая программа одобрена на \_\_\_\_\_ учебный год

Протокол заседания кафедры № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ года

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ Лускатова О.В., проф., д.э.н.

**Министерство образования и науки Российской Федерации**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«Владимирский государственный университет**  
**имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**  
**(ВлГУ)**

Институт экономики и менеджмента

Кафедра «Бухгалтерский учет, финансы и сервис»

Актуализированная  
рабочая программа  
рассмотрена и одобрена  
на заседании кафедры  
протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.  
Заведующий кафедрой  
  
O.B.Лускатова  
(подпись, ФИО)

### **Актуализация рабочей программы дисциплины**

#### **ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ** (наименование дисциплины)

#### **«ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ»** (наименование дисциплины)

Направление подготовки

43.03.01 "Сервис"

Профиль подготовки

«Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка»

Уровень высшего образования Бакалавриат

Форма обучения

Очная

Рабочая программа учебной дисциплины актуализирована в части рекомендуемой литературы.

Актуализация выполнена: \_\_\_\_\_  
(подпись, должность, ФИО)

а) основная литература: \_\_\_\_\_ (*не более 5 книг*)

б) дополнительная литература: \_\_\_\_\_

в) периодические издания: \_\_\_\_\_

в) интернет-ресурсы: \_\_\_\_\_

# **АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

## **Введение в профессию** (название дисциплины)

**Направление подготовки 43.03.01 "Сервис"**

**Профиль подготовки:** Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка  
(код направления (специальности) подготовки)

**1 семестр**

### **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

- формирование системы базовых знаний о сервисной деятельности, услугах, формах и прогрессивных методах обслуживания потребителей услуг.
- формирование у студентов устойчивой мотивации к изучению предмета и потребность в систематизированных знаниях в области сервиса для применения их в профессиональной деятельности;
- формирование устойчивой мотивации к освоению студентами основных принципов работы с потребителями как важнейшей составляющей успешной деятельности организации.

Студенты, обучающиеся по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» профиля «Клиентоориентированный сервис автомобильного рынка» получают необходимые теоретические знания, которые в дальнейшем используют на практике в различных сферах бизнеса. Изучение дисциплины «Введение в профессию» необходимо, чтобы студенты могли понять возможности, которыми они располагают в вузе при обучении, а также основные позиции, отражающие элементы учебного и научного исследовательского процесса. Знания и навыки, получаемые студентами в результате изучения дисциплины, помогут им в работе над рефератами, курсовыми и дипломными работами.

### **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП**

Дисциплина «Введение в профессию» является дисциплиной по выбору студента вариативной учебного плана подготовки бакалавров по направлению 43.03.01 «Сервис».

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в средней общеобразовательной школе.

Данная учебная дисциплина входит в систему пропедевтических курсов – «введений», ориентированных на изучение основ сервисной деятельности и на повышение гуманистической составляющей при подготовке профессионалов в сфере услуг.

Курс «Введение в профессию» закладывает базовые компетенции и основы изучения дисциплин «Сервисология», «Сервисная деятельность», «Менеджмент в сервисе», «Маркетинг в сервисе» и других дисциплин профессионального цикла, направленных на подготовку профессионалов в сфере обслуживания.

### **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

В результате освоения дисциплиной выпускник со квалификацией (степенью) «бакалавр» в соответствии с требованиями ФГОС, целями основной образовательной

программы и задачами профессиональной деятельности должен обладать способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК 5).

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать** основные понятия, сущность и значение клиентоориентированного подхода в сервисной деятельности

**Уметь** организовать процесс изучения дисциплины с применением современных технологий, используя богатый потенциал научной библиотеки университета

**Владеть навыками** поиска, сбора и анализа научно-технической информации для подготовки докладов по теме, участия в дискуссиях, а также в целях изучения отечественного и зарубежного опыта в организации сервисной деятельности в автомобильной отрасли.

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение. Предмет, цели и задачи курса. Основные понятия.

Тема 2. История развития автомобильного рынка

Тема 3. Роль и значение клиентоориентированного подхода в сервисе

Тема 4. Формы организации предоставления услуг на автомобильном рынке

Тема 5. Дилерские сервисные центры: организация, структура, перспективы развития

Тема 6. Передовые отечественные и зарубежные технологии обслуживания клиентов

Тема 7. Профессиональные стандарты персонала.

Тема 8. Навыки клиентоориентированного подхода. Взаимодействие с клиентами.

Тема 9. Технология профессионального самоопределения личности специалиста в сфере предоставления услуг

## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ - экзамен

## 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ - 4

Составитель: доцент кафедры БУФиС Робертс М.В.

Заведующий кафедрой БУФиС

О.В.Лускатова

Председатель учебно-методической комиссии  
направления подготовки 43.03.01 "Сервис"

П.Н.Захаров

Дата:



Печать института