**Содержание ИДЗ.**

Индивидуальное задание по дисциплине «Организация дилерской и торговой деятельности предприятий автосервиса и фирменного обслуживания» выполняется в форме реферата, который включает в себя следующие основные разделы:

Титульный лист;

Содержание ИДЗ;

Введение;

Основную часть, раскрывающую тему ИДЗ;

Заключение;

Список использованной литературы (не менее 5 наименований).

В тексте работы в обязательном порядке должны быть ссылки на использованную литературу.

4.3. Общие указания

Работа должна быть выполнена на листах формата А4 печатным

способом. Объем работы не должен превышать 20 стр. текста, набранного через 1,5 интервала (поля: верх – 20 мм, низ – 20 мм; правое – 15 мм; левое –25 мм), шрифт Times New Roman Cyr, кегль – 14. Выполненная работа должна быть сброшюрована или сшита.Страницы нумеруются арабскими цифрами, номер ставится внизу страницы по центру. Первой страницей считается титульный лист.

На второй странице приводится содержание индивидуального домашнего задания с указанием страниц начала разделов и параграфов. Разделы должны иметь порядковую нумерацию, за исключением введения и заключения. В начале каждой главы или параграфа указывается их название. По мере необходимости в работе приводятся графики, схемы, таблицы. Рисунки в тексте нумеруются последовательно арабскими цифрами. Таблицы также нумеруются арабскими цифрами. Подрисуночный текст и заголовки таблиц должны отражать их содержание.

После заключения помещается библиографический список. Наиболее распространенным способом группировки материала является расположение в алфавитном порядке фамилий авторов.

По прибытию на сессию студент прослушивает курс лекций по данному курсу, выполняет практические занятия и по их результатам допускается к сдаче зачета.

Темы ИДЗ:

1 Основы дилерской деятельности

2 Работа дилерских центров ведущих мировых компаний по производству автомобилей.

3 Организация работы по ТО и ремонту автомобилей на дилерских центрах.

4 Организация обслуживания клиентов при продаже автомобилей и запасных частей на дилерских центрах.

5 Торговая деятельность предприятий автосервиса.

6 Сервисный план обслуживания клиентов на автосервисных предприятиях и дилерских центрах.

7 Особенности организации работы отделов материально-технического

обеспечения и складского хозяйства дилерских автоцентров.

8 Материальные информационные и сервисные потоки, циркулирующие

при обслуживании клиентов и автомобилей в дилерских центрах.

9 Особенности организации работы в дилерских автоцентрах при гарантийном и послегарантийном обслуживании автомобилей.

10 Политика предприятий изготовителей автомобилей в отношении своей

дилерской сети.

11 Организация автосервиса за рубежом.

12 Организация работы дилерских автоцентров за рубежом.

13 Дистрибьюторы и дилеры. Функции дилера и дилерские стандарты.

14 Содержание и назначение документов: («Положение о техническом обслуживании и ремонте автомобилей, принадлежащим гражданам»,

Сертификат соответствия на оказание услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомототранспортных средств, прейскурант, положения о подразделениях автосервиса).

15 Документооборот внутри автосервиса (заказ-наряд, приемосдаточный

акт, расходная ведомость, сводная ведомость, талон выходного контроля и др.).

16 Электронные каталоги и базы данных клиентов для предприятий автомобильного сервиса.

17 Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятий автосервиса.

18 Органы государственной власти и ассоциации, курирующие предприятия автомобильного сервиса.

19 Система качества обслуживания на дилерских центрах. Основные понятия качества обслуживания, управление и контроль над качеством обслуживания

20 Системы и каналы сбыта автомобилей и запасных частей.

21 Нормативно-правовые акты, регламентирующие деятельность предприятий автосервиса. Общероссийский классификатор услуг населению.

22 История развития предприятий автомобильного сервиса у нас в стране

и за рубежом.

23 Технология проектирования услуг. Сущность услуг. Понятие «услуга»,

«система услуг», «технология услуг», «организация услуг» автомобильного сервиса.

24 Автосервис – основные понятия и определения. Автосервис как система (перечислить подсистемы, входящие в систему сервиса и охарактеризовать их).

25 Подходы к построению и формированию дилерской сети в регионе.

Основные факторы, обеспечивающие рост продаж на уровне роста

рынка.

26 Структура дилерской сети. Разработка критериев отбора дилеров.

27 Основные пути совершенствования организации работы консультантов-приемщиков на автосервисных предприятиях и дилерских центрах.

28 Основные проблемы и пути развития отделов маркетинга и логистики

на предприятиях автосервиса и дилерских центрах.

29 Проблемы и пути повышения конкурентоспособности автосервисных

предприятий и дилерских центров.

30 Современное состояние и пути по расширению ассортимента оказываемых услуг на автосервисных предприятиях и дилерских центрах