

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Алексеевич

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 08.06.2026 14:27:06

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba81860b00daa62

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ
Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

к самостоятельным занятиям по дисциплине

**МДК 03. 02 Коммуникации с потребителями и поставщиками по вопросам сервиса
автотранспортных средств**

**Специальность 23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных
средств**

2026 год

Методические указания по проведению самостоятельных работ дисциплины МДК 03.02 Коммуникации с потребителями и поставщиками по вопросам сервиса автотранспортных средств профессионального модуля ПМ. **03 Взаимодействие с потребителями в процессе оказания услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов** составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО к подготовке выпуска для получения квалификации. Предназначены для студентов, обучающихся по специальности 23.02.07 Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств

Пояснительная записка

Методические рекомендации разработаны в соответствии программой ПМ 03 «Взаимодействие с потребителями в процессе оказания услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов» по специальности 23.02.07 «Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств» и направлены на ознакомление обучающихся с содержанием учебной дисциплины МДК03.02 Коммуникации с потребителями и поставщиками по вопросам сервиса автотранспортных средств

Данное методическое пособие рассчитано на 36 часов внеаудиторной самостоятельной работы. Задача практических занятий – закрепить знания по лекционному курсу, привить студентам навыки самостоятельной работы с литературой и нормативно-технической документацией, научить выполнять расчеты и делать выводы.

Самостоятельная работа позволяет повысить эффективность получаемых, в ходе изучения курса, знаний и навыков. Самостоятельная работа развивает способности акцентировать внимание на главном, четко обозначать проблему и находить варианты ее решения, оценки промежуточных и конечных результатов, а также, эффективного поиска необходимой информации и ее анализа.

Самостоятельная работа способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем профессионального уровня.

Дидактические цели самостоятельной работы состоят в том, чтобы:

- научить студентов самостоятельно добывать знания из различных источников;
- способствовать формированию навыков и умений, необходимых будущим специалистам;
- повысить ответственность студентов за свою профессиональную подготовку, формированию личностных и профессионально- деловых качеств;
- формировать у студентов профессиональное мышление на основе самостоятельной работы над выполнением индивидуальных творческих заданий.

Самостоятельная работа призвана выполнять следующие функции:

- образовательную (систематизацию и закрепление знаний студентов);
- развивающую (развитие познавательных сил студентов – их внимания, памяти, мышления и речи);
- воспитательную (воспитание устойчивых мотивов учебной деятельности, навыков культуры умственного труда, самоорганизации и самоконтроля целого ряда ведущих качеств личности – честности, трудолюбия требовательности к себе, самостоятельности).

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

при выполнении самостоятельных работ по дисциплине Управление процессом технического обслуживания и ремонта автомобилей

Вид работы	К р и т е р и и		
	« 5 »	« 4 »	« 3 »
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа выполнена верно, в полном объеме, правильно оформлена и защищена.	Самостоятельная работа выполнена верно, в полном объеме, имеются неточности в	Самостоятельная работа выполнена в полном объеме, имеются ошибки в оформлении и орфографии, имелись

		оформлении орфографии	и затруднения в ответе на дополнительные вопросы.
--	--	--------------------------	--

Виды и содержание самостоятельной работы студента

2.1. МДК 03.02 Коммуникации с потребителями и поставщиками по вопросам сервиса автотранспортных средств

№	Наименование разделов и тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы	Форма контроля	Зачетные единицы (часы)
	7-8 семестра		
	Тема 2.1 Культура делового общения	Собеседование	12
1	Тема 2.2 Основы коммуникации с потребителями	Собеседование	12
2	Тема 2.3 Основы коммуникации с поставщиками	Собеседование	12
	Итого за 7- 8 семестр		36
	ВСЕГО		36

Методические рекомендации к СРС

1. Методические рекомендации по проведению собеседования.

Собеседование - наиболее распространенный метод контроля знаний учащихся, вариант текущей проверки, процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных возможностей усвоения учащимися учебного материала.

При подготовке к собеседованию студент должен:

1. Предварительно повторить теоретический материал темы (тем) по которой проводится устный опрос.
2. Ознакомиться с заданием, уяснить его фабулу и поставленные вопросы.
3. Продумать логику и последовательность изложения материала. Ответы на поставленные вопросы должны быть аргументированными.

1. Критерии оценивания компетенций

1. Оценка «ОТЛИЧНО» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный, в том числе лекционный материал, последовательно, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос.

2. Оценка «ХОРОШО» выставляется студенту, твердо знающему программный, в том числе лекционный материал, грамотно и по существу отвечающему на вопрос и не допускающему при этом существенных неточностей (неточностей, которые не могут быть исправлены наводящими вопросами или не имеют важного практического значения). То же относится к освещению практически важных вопросов

3. Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется студенту, который обнаруживает знание основного материала, но не знает его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, излагает материал с нарушением последовательности, отвечает на практически важные вопросы с помощью или поправками преподавателя.

4. Оценка «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется студенту, который не знает значительной части программного, в том числе лекционного материала.

Самостоятельная работа №1

Тема 2.1 Культура делового общения

12 часов

Самостоятельная работа по теме «**Культура делового общения в сфере автосервиса**» рассматривает правила, этические нормы и психологические приемы, которые позволяют выстраивать долгосрочные отношения с клиентами, партнерами и коллегами.

В автомобильном бизнесе культура общения — это часть бренда. Ниже представлен план-конспект для вашей работы.

1. Понятие и принципы делового общения

Деловое общение — это процесс взаимодействия, в котором учитываются интересы дела, а не личные симпатии или антипатии.

Ключевые принципы:

- **Пунктуальность:** Соблюдение сроков записи на ремонт и времени выдачи авто.
- **Компетентность:** Говорить только то, что соответствует техническим фактам.
- **Доброжелательность:** Даже в стрессовых ситуациях (ДТП, дорогая поломка) сохранять спокойный и поддерживающий тон.
- **Конфиденциальность:** Не разглашать личные данные клиентов и условия договоров.

2. Вербальные и невербальные средства

Культура общения состоит не только из слов, но и из того, как они произнесены.

А. Вербальные (Речь)

- **Исключение сленга:** Вместо «движок троит» или «коробас сдох» профессионал скажет: «нестабильная работа двигателя» или «неисправность трансмиссии».
- **Грамотность:** Правильное использование терминов и четкая дикция.
- **Выбор дистанции:** Обращение к клиенту строго на «Вы» и по имени-отчеству (если это принято в CRM-системе компании).

Б. Невербальные (Язык тела)

- **Внешний вид:** Чистая фирменная одежда (спецодежда или офисный стиль для приемщика).
- **Поза:** Открытая поза (не скрещивать руки на груди), легкий наклон в сторону собеседника при выслушивании жалоб на авто.
- **Визуальный контакт:** Взгляд «глаза в глаза» в течение времени разговора (создает доверие).

3. Деловой этикет в различных каналах связи

Канал связи	Основные правила культуры общения
Телефон	Снять трубку до 3-го звонка. Назвать компанию, должность и имя.
Мессенджеры	Соблюдение правил орфографии, отсутствие лишних эмодзи, ответ

	в течение 15–30 минут.
Личная встреча	Встретить клиента стоя, предложить чай/кофе, если время ожидания более 15 мин.
E-mail	Наличие темы письма, официальное приветствие и подпись с контактами.

4. Конфликты и пути их решения

Культурный человек в деловой среде воспринимает конфликт не как личную обиду, а как рабочую задачу.

- **Техника «Психологическое айкидо»:** Согласиться с правом клиента на эмоции («Я понимаю ваше возмущение, на вашем месте я бы чувствовал то же самое»). Это гасит агрессию и позволяет перейти к конструктивному обсуждению.

- **Уход от оправданий:** Вместо «Мы не виноваты, это поставщик подвел» лучше сказать: «К сожалению, возникла задержка с поставкой, мы уже решаем этот вопрос и предложим вам компенсацию».

5. Корпоративная культура (Внутри коллектива)

Общение между мастером-приемщиком и механиком в цехе также должно быть культурным:

- **Уважение к труду:** Четкое и понятное заполнение заказ-наряда (чтобы механику не пришлось догадываться).

- **Субординация:** Соблюдение цепочки «Механик — Мастер смены — Директор».

Практическое задание (для включения в работу)

Задание: Преобразуйте «бытовые» фразы в «деловые».

1. *Бытовая:* «Погуляйте где-нибудь час, мы еще не закончили».
1. *Деловая:* «К сожалению, нам требуется еще около 60 минут для финальной проверки. Вы можете подождать в зоне отдыха, там есть Wi-Fi и кофе».
2. *Бытовая:* «Я не знаю, сколько это будет стоять, надо смотреть».
0. *Деловая:* «Точная стоимость будет определена после дефектовки, однако ориентировочный диапазон цен для данной модели составляет...».

Вопросы для самопроверки:

- 1.
2. Чем отличается «деловой стиль» от «дружеского» в условиях автосервиса?
3. Почему важно называть клиента по имени?
4. Какие жесты могут выдать неуверенность мастера при объявлении высокой цены ремонта?

Тест: «Деловой этикет и стандарты общения на СТО»

1. Клиент входит в зону приемки, когда вы заканчиваете оформлять документы предыдущего гостя. Ваши действия?

- А) Не поднимая глаз, дожидаться, пока клиент сам заговорит.
- Б) Установить визуальный контакт, улыбнуться и сказать: «Добрый день! Пожалуйста, присаживайтесь, я освобожусь через 2-3 минуты».
- В) Громко крикнуть коллеге: «Серёга, тут к тебе пришли!».

2. Какое обращение к клиенту является эталонным в деловом стиле?

- А) «Молодой человек / Девушка».

Б) «Уважаемый».

В) По имени и отчеству (если данные есть в базе) или просто на «Вы».

3. Вы вынуждены сообщить клиенту, что стоимость ремонта выросла в два раза из-за скрытых дефектов. Как это сделать правильно?

А) «Ну, а что вы хотели? Машина старая, там всё посыпалось».

Б) «При дефектовке обнаружены критические повреждения (показать фото/детали). Это влияет на безопасность. Общая сумма составит Х руб. Будем согласовывать?»

В) Молча починить и поставить перед фактом при оплате.

4. Телефонный этикет: в течение какого времени правила приписывают поднять трубку?

А) До третьего звонка.

Б) После пятого звонка, чтобы показать занятость сервиса.

В) Сразу же, даже если вы в этот момент едите.

5. Какое слово является «конфликтогеном» (провоцирует спор) в разговоре?

А) «Понимаю».

Б) «Нет» (в начале предложения: «Нет, вы не правы...»).

В) «Предлагаю».

6. Клиент проявляет агрессию и кричит из-за задержки выдачи авто. Ваша первая реакция по методу L.A.S.T.?

А) Начать оправдываться и винить поставщиков.

Б) Выслушать, не перебивая, сохраняя спокойное выражение лица.

В) Вызвать охрану.

7. Использование профессионального сленга («двигло», «ходовка», «гена») в общении с клиентом — это...

А) Признак высокого профессионализма.

Б) Нарушение делового этикета (недопустимо).

В) Допустимо, если клиент сам так говорит.

8. Зачем мастеру-приемщику перезванивать клиенту через 2-3 дня после ремонта?

А) Чтобы навязать дополнительные услуги.

Б) Чтобы уточнить, всё ли в порядке с машиной, и получить обратную связь (NPS).

В) Чтобы напомнить о неоплаченном долге.

Правильные ответы и пояснения:

1. **Б** — Демонстрирует уважение к времени клиента.
2. **В** — Персонализация — основа лояльности.
3. **Б** — Аргументация через выгоду клиента (безопасность).
4. **А** — Ожидание более 3-х гудков снижает лояльность на 40%.
5. **Б** — Отрицание в начале фразы блокирует конструктив.
6. **Б** — Первым делом нужно дать человеку «выпустить пар».
7. **Б** — Сленг упрощает образ сервиса до «гаражного».
8. **Б** — Это этап формирования долгосрочных отношений.

Как оценить результат?

- **8/8** — Мастер-эксперт. Готов к работе с VIP-клиентами.
- **5-7** — Хороший уровень. Стоит поработать над «словами-паразитами».
- **Менее 5** — Требуется дополнительное изучение темы «Культура общения».

Самостоятельная работа №2

Тема 2.2 Основы коммуникации с потребителями

12 часов

Самостоятельная работа по теме «**Основы коммуникации с потребителями в автосервисе**» объединяет психологию, технику продаж и стандарты обслуживания. Главная задача коммуникации здесь — превратить разового посетителя в **постоянного клиента**.

Ниже — краткий опорный конспект для оформления вашей работы.

1. Виды и каналы коммуникации

В современном сервисе общение происходит на трех уровнях:

- **Дистанционный:** Первый звонок, запись через сайт, консультация в мессенджерах.

- **Контактный:** Личная встреча на приемке, активная приемка у автомобиля.

- **Послеремонтный (Follow-up):** Контрольный звонок через 3 дня для проверки качества.

2. Техники эффективного слушания

Мастер-приемщик должен не просто «слышать», а «слушать» клиента, используя:

- **Уточняющие вопросы:** «При каких условиях возникает стук: при повороте руля или на кочках?»

- **Парафраз:** «Правильно ли я вас понял, что основной приоритет сегодня — это тормозная система, а диагностику подвески мы отложим на следующий визит?»

- **Метод «Эхо»:** Повторение последних слов клиента для подтверждения внимания.

3. Психологические типы потребителей на СТО

Для каждого типа нужна своя стратегия общения:

1. **«Аналитик»:** Требуется детальных графиков, цен на каждую гайку и артикулов запчастей. *Подход:* Максимум фактов и документов.

2. **«Эмоционал»:** Жалуется на «странные звуки» и «плохое предчувствие». *Подход:* Эмпатия, заверение в безопасности, объяснение на уровне ощущений.

3. **«Доминант»:** Требуется срочности и особого отношения. *Подход:* Четкость, признание его статуса, отсутствие лишних слов.

4. Барьеры в коммуникации

Что мешает мастеру и клиенту понять друг друга:

- **Технический жаргон:** Использование терминов «дифференциал», «сайлентблок» без объяснения их функции для обычного водителя.

- **Физические барьеры:** Шум в цеху, отвлечение на телефонные звонки во время разговора с клиентом.

- **Психологическая защита:** Когда клиент заранее ждет обмана, а мастер — агрессии.

5. Правило «30 секунд» и «Зона комфорта»

- **Первое впечатление:** Формируется в первые 30 секунд (внешний вид, чистота стола, приветствие).

- **Зона ожидания:** Качественная коммуникация невозможна без комфортной среды (кофе, Wi-Fi, зарядка для телефона), которая снижает стресс клиента от поломки.

Практический совет для работы:

Включите в работу понятие **NPS (Net Promoter Score)** — индекс лояльности. Он напрямую зависит от качества коммуникации: спросите клиента в конце: «*Насколько вероятно, что вы порекомендуете наш сервис друзьям по шкале от 1 до 10?*»

Вопросы для самопроверки:

1. Чем отличается «информирование» клиента от «коммуникации» с ним?
2. Как тактично прервать слишком болтливого клиента, не обидев его?

3. Почему визуализация (показ изношенной детали) эффективнее любого словесного описания?

Самостоятельная работа №3 Тема 2.3 Основы коммуникации с поставщиками

12 часов

Самостоятельная работа по теме «**Основы коммуникации с поставщиками в автосервисе**» рассматривает B2B-взаимодействия (бизнес для бизнеса). Если с клиентом мы работаем на языке сервиса, то с поставщиком — на языке **логистики, цифр и жестких условий договора**.

Ниже представлен план-конспект для вашей работы.

1. Цели коммуникации с поставщиками

Эффективное общение с отделами продаж запчастей и расходных материалов решает три задачи:

- **Снижение себестоимости:** Получение максимальных скидок и спецпредложений.
- **Сокращение сроков:** Минимизация времени простоя автомобиля на подъемнике.
- **Минимизация рисков:** Гарантия возврата брака и точность подбора деталей.

2. Ключевые этапы взаимодействия

А. Выбор и аккредитация

Первичная коммуникация включает запрос **прайс-листа**, проверку сертификатов соответствия и обсуждение **отсрочки платежа** (кредитного лимита).

Б. Формирование заказа

Здесь важна предельная точность. Ошибки в артикулах ведут к убыткам.

- Использование **VIN-кодов** для подбора.
- Работа через **API-интерфейсы** или личные кабинеты (автоматизация заказа).
- Уточнение кратности упаковки (например, заказ масла бочками или канистрами).

В. Рекламационная работа (Работа с браком)

Самый сложный этап коммуникации. Культура общения здесь проявляется в умении корректно оформить **акт рекламации**.

- Предоставление фото/видео фиксации дефекта.
- Наличие заказ-наряда от сервиса (подтверждение профессиональной установки).

3. Золотые правила делового общения с партнерами

- **Этикет деловой переписки:** Четкая тема письма, отсутствие лишних эмоций, фиксация всех устных договоренностей в почте или мессенджере.
- **Соблюдение платежной дисциплины:** Своевременная оплата счетов — лучший аргумент для получения лояльности поставщика.
- **Регулярные сверки:** Проведение актов сверки взаиморасчетов ежемесячно или ежеквартально.

4. Инструменты автоматизации (Digital-коммуникация)

Современный автосервис не звонит менеджеру по каждой гайке. Коммуникация переходит в:

1. **Электронный документооборот (ЭДО):** Мгновенная подпись накладных и счетов-фактур.

2. **Программы-агрегаторы:** Позволяют видеть наличие запчастей сразу у 10–20 поставщиков в одном окне.

5. Сравнительная таблица: Поставщик vs Потребитель

Параметр	Работа с клиентом (B2C)	Работа с поставщиком (B2B)
Стиль общения	Эмпатичный, объясняющий	Сухой, технический, деловой
Главный аргумент	Безопасность и комфорт	Цена, срок доставки, условия возврата
Документация	Заказ-наряд, чеки	Договор поставки, УПД, ТОРГ-12

Практическое задание (Кейс)

Ситуация: Поставщик привез масляный фильтр с помятым корпусом. Курьер торопится и просит подписать накладную «как есть».

Задание: Сформулируйте корректный отказ в рамках делового общения.

- *Решение:* «Мы не можем принять данную позицию из-за механических повреждений, так как это нарушает регламент безопасности. Прошу сделать пометку в накладной о вычерке позиции и обеспечить замену в ближайший рейс».

Вопросы для самопроверки:

1. Почему важно иметь минимум двух-трех поставщиков по одной группе товаров?
2. Какие последствия для сервиса влечет несвоевременное предоставление документов поставщику?
3. Что такое «неликвид» и как коммуникация с поставщиком помогает избежать его накопления?