МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. В.Г.ШУХОВА»
(БГТУ им. В.Г. Шухова)

СОГЛАСОВАНО
Директор института магистратуры
_____ /И.В. Ярмоленко/
«21» 05 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
_____ /И.А. Новиков/
«21» 05 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
дисциплины

Организация управления производством на автотранспортных и сервисных предприятиях

направление подготовки:
23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов

Направленность программы (профиль):
Сервис и эксплуатация автомобильного транспорта

Квалификация
магистр

Форма обучения
очная

Институт **Транспортно-технологический**

Кафедра **Эксплуатация и организация движения автотранспорта**

Белгород – 2021

Рабочая программа составлена на основании требований:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 23.04.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов, утвержденного приказом Министерством образования и науки Российской Федерации № 916 от 07 августа 2020 г.
- учебного плана, утвержденного ученым советом БГТУ им. В.Г. Шухова в 2021 году.

Составитель (составители): ст. преподаватель _____ (А.С. Корнеев)

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

«14» 05 20 21 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой ЭОДА: д.т.н., проф. _____ (И.А. Новиков)
(учёная степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

Рабочая программа одобрена методической комиссией института

«20» 05 20 21 г., протокол № 9

Председатель к.т.н., доц. _____ (Т.Н. Орехова)
(учёная степень и звание, подпись) (инициалы, фамилия)

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Катего-рия ком-	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен осуществлять управление деятельностью по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в сервисном центре	ПК-2.1 Формирует стратегию развития сервиса автотранспортных средств и их компонентов	**Знания:** - основных принципов организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий автосервиса; - основных методов повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра; - статистических и маркетинговых методов сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов. **Умения:** - решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями; - разрабатывать пути оптимизации управления закупками; - оценивать торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента; - получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы; - организовывать деятельность персонала с использованием принципов «Бережливое производство» и применять их на практике. **Навыки:** - владения методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами; - применения компетенций бережливой личности для формирования удовлетворенности клиентов.
	ПК-4 Способен к управлению деятельностью по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в сервисной сети	ПК-4.1 Формирует стратегии развития, фирменного сервиса и требования к сервисной сети и контроль их выполнения со стороны организации-изготовителя автотранспортных средств	**Знания:** - основных принципов дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации; - методов оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживание автомобиля, сокращения время ожидания клиента; **Умения:** - решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО; - осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание; - организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности. **Навыки:** - применения методик оценки рыночной среды и проектирования структуры органи-

Катего-рия ком-	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
			зации дилерской и торговой деятельности автосервиса; - использовать информацию о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Компетенция ПК-2. Способен осуществлять управление деятельностью по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в сервисном центре

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами:

Стадия	Наименования дисциплины
1	Организационно-правовые основы управленческой и предпринимательской деятельности
2	Риск-менеджмент
3	Организация управления производством на автотранспортных и сервисных предприятиях
4	Управление качеством сервисного обслуживания
5	Инновационные технологии в транспортной отрасли
6	Производственная преддипломная практика
7	Производственная технологическая (производственно-технологическая) практика
8	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

2. Компетенция ПК-4. Способен к управлению деятельностью по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в сервисной сети

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами:

Стадия	Наименования дисциплины
1	Современные проблемы и направления развития конструкции и технической эксплуатации автомобильного транспорта
2	Организация управления производством на автотранспортных и сервисных предприятиях
3	Требования к сети сервисных станций и контроль их выполнения со стороны организации-изготовителя транспортных средств
4	Электроника и интеллектуальные бортовые системы транспортных средств
5	Телематические системы транспортных средств
6	Производственная преддипломная практика
7	Производственная технологическая (производственно-технологическая) практика
8	Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3** зач. единицы, **108** часа
Дисциплина реализуется в рамках практической подготовки: 2 зач. единицы,
- занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- практические занятия, предусматривающие участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

Форма промежуточной аттестации - зачет

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр № 3
Общая трудоемкость дисциплины, час	108	108
Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:	53	53
лекции	17	17
лабораторные	-	-
практические	34	34
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	2	2
Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:	55	55
Курсовой проект	-	-
Курсовая работа	-	-
Расчетно-графическое задания	-	-
Индивидуальное домашнее задание	9	9
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	46	46
Экзамен	-	-

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Наименование тем, их содержание и объем

Курс 3 Семестр 7

№ п/п	Наименование раздела (краткое содержание)	Объем на тематический раздел по видам учебной нагрузки, час			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям
1.**Общие сведения о дилерской и торговой деятельности предприятий (ПК-2)**					
	Проблемы развития дилерской сети в России и за рубежом.	2	-	-	5

	Организация торговли автомобилями и запасными частями				
2. Управление продажами (ПК-2)					
	Роль и значение рыночной среды в управлении продажами. управление продажами: сущность и организация; Организация стратегии продвижения. Тактика управления продажами.	2	8	-	6
3. Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-4)					
	Структура рынка автомобилей и запасных частей. Каналы распределения товаров, участники канала распределения, классификация посредников; Система складов –товаропроводящая сеть.	2	8		7
4.Нормативно-законодательная база, регламентирующая деятельность торговых предприятий автосервиса. (ПК-2)					
	Закон РФ «О защите прав потребителей» - основной документ в регулировании отношений между потребителями и предпринимателями, Основные определения и понятия Закона «О защите прав потребителей».	2	-	-	6
5.Организация торговли новыми автомобилями (ПК-4)					
	Понятие лизинга. Этапы лизингового процесса. Лизинговые сделки на автотранспорте. Отношения между участниками лизинговых сделок. Правила торговли автомобилями в кредит.	4	4	-	8
6.Торговля подержанными автомобилями(ПК-4)					
	Организация сбыта подержанных автомобилей на автомобильных рынках, автостоянках, автосалонах. Порядок и правила приобретения автомобилей за рубежом и в странах СНГ. Понятие оригинальных и неоригинальных запасных частей. Особенности продажи запасных частей и комплектующих на рынках. Порядок растаможивания автомобилей.	3	4	-	6
7. Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий (ПК-2)					
	Основные принципы бережливого производства. Методы снижения затрат на качество обслуживания и предпродажной подготовки. Оптимизация внутреннего пространства и складского хозяйства. Бережливая личность.	2	10		8
	ВСЕГО	17	34		46

4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тема практического (семинарского) занятия	К-во часов	Самостоятельная работа на подготовку к аудитор-

				ным занятиям
семестр № 7				
1	**Управление продажами (ПК-2)**	Как рассчитать емкость рынка; разработать профиль макроокружения компании и выделить зоны влияния; разработать план действий по оптимизации продаж; оценить рыночную долю дилерских центов; рассчитать величину изменения рыночного спроса; Разработать расширенную матрицу SWOT- Анализа; определять стратегии продаж Рассчитать эффективность решения. Провести классификацию рынков и определить оптимальные; определить объем продаж. Разработать возможные модели продаж, которые позволят повысить результативность работы, разработать и обосновать обобщенный	8	8
2	**Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-4)**	Оценить степень готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами. Определить, по каким направлениям развивается система управления закупочной деятельностью. Разработать пути оптимизации управления закупками. Оценить торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента Определение систем распределения Определить привлекательность предприятия. Рассчитать коэффициент безопасности выхода компании на рынок; рассчитать рейтинг поставщиков. Определить закупать комплектующие или изготовить на предприятии	8	8
3	**Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий (ПК-4)**	Фабрика процессов «Технологии сервисного сопровождения автотранспорта»	10	10
4	**Торговля новыми и подержанными автомобилями (ПК-4)**	Понятие лизинга. Этапы лизингового процесса. Лизинговые сделки на автотранспорте. Организация сбыта подержанных автомобилей в автосалонах. Порядок растаможивания автомобилей.	8	8
		ИТОГО:	34	34
			ВСЕГО:	68

4.3. Содержание лабораторных занятий

Не предусмотрено учебным планом.

4.4. Содержание курсового проекта/работы

Не предусмотрено учебным планом.

4.5. Содержание индивидуального домашнего задания

Целью выполнения ИДЗ является закрепление и углубление знаний дисциплины, подготовка студентов к самостоятельной работе по обоснованию и реализации современных технологий по внедрению бережливого управления во все сферы деятельности предприятий автомобильного сервиса и дилерских центров.

Тема ИДЗ: **Оптимизация процессов дилерской и торговой деятельности сервисных предприятий (ПК-5)**.

Состав и краткое содержание пояснительной записки:

Аннотация
Содержание
Введение
1 Анализ конкурентной среды сервисного предприятия
2 Анализ инструментов бережливого производства сервисного предприятия
3 Семь видов потерь в концепции бережливого производства
4 Внедрение инструментов бережливого производства
4.1 Стандартизация работы
4.2 Система организации рабочего пространства «5S»
4.3 Картирование потока создания ценности – VSM
4.4 Визуализация
4.5 Система быстрой переналадки оборудования – SMED
4.6 Защита от непреднамеренных ошибок «Poka-Yoke»
4.7 Канбан
5 Диаграмма спагетти

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Реализация компетенции

1. Компетенция ПК-2. Способен осуществлять управление деятельностью по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в сервисном центре

Наименование индикатора достижения компетенции	Используемые средства оценивания
ПК-2.1. Формирует стратегию развития сер-	Зачет, защита практических работ, защита индивидуаль-

виса автотранспортных средств и их компонентов	ного домашнего задания, устный опрос, тестовые задания

2. Компетенция ПК-4. Способен к управлению деятельностью по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в сервисной сети

Наименование индикатора (показателя оценивания)	Используемые средства оценивания
ПК-4.1. Формирует стратегии развития, фирменного сервиса и требования к сервисной сети и контроль их выполнения со стороны организации-изготовителя автотранспортных средств	Зачет, защита практических работ, защита индивидуального домашнего задания,, устный опрос, тестовые задания

5.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации

5.2.1. Перечень контрольных вопросов(типовых заданий) для зачета

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание вопросов (типовых заданий)
1	**Общие сведения о дилерской и торговой деятельности предприятий (ПК-2)**	Влияние фирменного обслуживания на сбыт автомобилей. Требования потенциальных покупателей к приобретаемым автомобилям. Понятие каналов распределения товаров. Причины формирования каналов распределения при торговле автомобилями и запасными частями; Процесс продаж; Стили продаж; Факторы активизации продаж; Какое место занимает рыночная среда в системе управления продажами? В чем проявляется взаимосвязь рыночной среды и управления продажами? Охарактеризуйте рыночную среду как двухуровневую систему. Что понимается под «деловой средой» продаж? Какие характерные черты свойственны рыночной среде? Назовите четыре уровня неопределенности рыночной среды. Приведите примеры компаний, которые функционируют в условиях простой стабильной, сложной стабильной, простой нестабильной, сложной нестабильной рыночной среде. Какие задачи и функции выполняются при исследовании рыночной среды управления продажами? Назовите и охарактеризуйте этапы процесса исследования влияния рыночной среды на управление продажами. Какие методы используются для изучения рыночной среды?
2	**Управление продажами (ПК-2)**	Раскройте сущность управления продажами. Изложите процесс управления продажами товарной продукции. Назовите общие и частные принципы управления продажами. Дайте характеристику субъекта и объекта управления прода-

		жами. Какие деловые и личностные качества характерны менеджерам по продажам? Охарактеризуйте стили руководства торговым персоналом. Дайте характеристику транзакционного и трансформационного руководства. Перечислите, какие функции выполняют торговые представители? Дайте сравнительную оценку форм специализации управления продажами. В чем заключаются особенности проектирования структуры отдела продаж? Раскройте содержание процесса разработки структуры управления продажами. Назовите основные направления организационного развития продаж. Какая роль отводится стратегиям в системе управления продажами? Охарактеризуйте стратегию с точки зрения критериев качества и эффективности. Назовите основные этапы процесса разработки стратегии. С какой целью необходимо оценивать готовность компании к разработке стратегии? В чем заключается роль и значение товарно-маркетинговой стратегии в управлении продажами? Сформулируйте основные этапы разработки товарной стратегии. Поясните термин «концепция нового товара». Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании? Какие факторы оказывают влияние на обновление и расширение товарного ассортимента? В чем заключается процесс управления товарным ассортиментом? Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок? Сформулируйте основные задачи, решаемые при обосновании и выборе выгодного поставщика. Назовите, какие методы используются для планирования оптовых продаж? Какие этапы включает процесс планирования продаж? Перечислите методы прогнозирования продаж. Рассмотрите процесс формирования бюджета продаж. С какой целью осуществляется контроль за выполнением бюджета продаж? Дайте классификацию финансовых рисков, учитываемых при продажах товарной продукции. Назовите цель и задачи контроля продаж. Какие виды решений принимаются для обеспечения результативности контроля продаж?
3	**Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-4)**	Основные функции участников канала распределения товаров. Понятие уровня канала распределения. Привести примеры. Участники канала распределения товаров и их классифика-

		ция. Понятие дистрибьютора, его место в канале распределения. Основные функции регионального дистрибьютора. Понятие дилера и его функции. Существующие виды дилеров, их различия. Проблемы развития дилерской сети в России и за рубежом. Комиссионер и агент как посредники при продвижении товара на рынок. Организация товаропроводящей сети. Какая роль отводится стратегиям в системе управления продажами? Охарактеризуйте стратегию с точки зрения критериев качества и эффективности. Назовите основные этапы процесса разработки стратегии. С какой целью необходимо оценивать готовность компании к разработке стратегии? В чем заключается роль и значение товарно-маркетинговой стратегии в управлении продажами? Сформулируйте основные этапы разработки товарной стратегии. Поясните термин «концепция нового товара». Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании? Какие факторы оказывают влияние на обновление и расширение товарного ассортимента? В чем заключается процесс управления товарным ассортиментом? Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок? Сформулируйте основные задачи, решаемые при обосновании и выборе выгодного поставщика. Назовите, какие методы используются для планирования оптовых продаж? Какие этапы включает процесс планирования продаж? Перечислите методы прогнозирования продаж. Рассмотрите процесс формирования бюджета продаж. С какой целью осуществляется контроль за выполнением бюджета продаж? Дайте классификацию финансовых рисков, учитываемых при продажах товарной продукции. Назовите цель и задачи контроля продаж. Какие виды решений принимаются для обеспечения результативности контроля продаж? Виды складов, их производственные мощности
4	**Нормативно-законодательная база, регламентирующая деятельность торговых предприятий автосервиса. (ПК-2)**	Закон РФ «О защите прав потребителей» - основной документ в регулировании отношений между потребителями и предпринимателями, Основные определения и понятия Закона «О защите прав потребителей».
24	**Организация торговли новыми автомобилями (ПК-4)**	Правила продажи новых автомототранспортных средств. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами.

		Обязанности и ответственность продавца. Понятие срока службы и гарантийного срока автомобиля. Существующие виды продаж новых отечественных и импортных автомобилей в России. Документы, необходимые для организации торговой деятельности на дилерских пунктах и автосалонах. Порядок оформления торговых сделок. Выполнение предпродажной подготовки как основное условие соблюдения гарантийных обязательств. Правила торговли автомобилями в кредит. Основы, определяющие суммы и сроки предоставления кредита. Условия приобретения автомобилей в кредит. Понятие лизинга. Этапы лизингового процесса. Лизинговые сделки на автотранспорте. Отношения между участниками лизинговых сделок. Преимущества и недостатки лизинга на автомобильном транспорте.
6	**Торговля подержанными автомобилями (ПК-4)**	Правила приема автотранспортных средств на комиссию. Определение и порядок изменения комиссионной цены. Порядок продажи и расчетов за автомобиль, проданный через комиссионный магазин. Организация сбыта подержанных автомобилей на автомобильных рынках, автостоянках, автосалонах. Порядок и правила приобретения автомобилей за рубежом и в странах СНГ. Понятие оригинальных и неоригинальных запасных частей. Особенности продажи запасных частей и комплектующих на рынках, через магазины и станции технического обслуживания. Порядок растаможивания автомобилей. Органы Государственного таможенного комитета, занимающиеся растаможиванием автомобилей. Порядок определения совокупного таможенного платежа.

Результаты освоения в семестре основного теоретического материала оцениваются тремя письменными опросами (после рассмотрения очередных двух разделов дисциплины), учитываемыми при выставлении зачёта. На каждом опросе обучающемуся предлагается ответить на 3-4 вопроса по рассмотренному материалу. На подготовку к ответу отводится до 30 минут. Основные формулы и выводы представляются обучающимся в письменной форме. Рассмотрев представленный ответ, преподаватель задает студенту уточняющие вопросы.

5.2.2. Перечень контрольных материалов для защиты курсового проекта/курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом.

5.3. Типовые контрольные задания (материалы) для текущего контроля в семестре

Текущий контроль осуществляется в течение семестра в форме устного опроса, выполнения и защиты практических работ, защита ИДЗ.

Практические работы. В методических указаниях к выполнению практических работ по дисциплине представлен перечень практических работ, обозначены цель и задачи, необходимые теоретические и методические указания к работе, перечень контрольных вопросов.

Защита практических работ возможна после проверки правильности выполнения работы, оформления отчета. Защита проводится в форме беседы преподавателя со студентом по теме практической работы. Примерный перечень контрольных вопросов для защиты практических работ представлен в таблице.

Перечень контрольных вопросов (типовых заданий) к защите практических работ

№	Тема практической работы	Контрольные вопросы
		Семестр №3
1.	Практическая работа №1 Управление продажами (ПК-2)	Раскройте сущность управления продажами? Назовите общие и частные принципы управления продажами? Дайте характеристику субъекта и объекта управления продажами? Какие деловые и личностные качества характерны менеджерам по продажам? Перечислите, какие функции выполняют торговые представители? Дайте сравнительную оценку форм специализации управления продажами? В чем заключаются особенности проектирования структуры отдела продаж? Назовите основные направления организационного развития продаж? В чем заключается роль и значение товарно-маркетинговой стратегии в управлении продажами? Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании? Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок? Дайте классификацию финансовых рисков, учитываемых при продажах товарной продукции?
	Практическая работа №2. Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-2)	Участники канала распределения товаров и их классификация? Понятие дистрибьютора, его место в канале распределения? Понятие дилера и его функции? Существующие виды дилеров, их различия? Охарактеризуйте стратегию с точки зрения критериев качества и эффективности. Поясните термин «концепция нового товара»? Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании? Какие факторы оказывают влияние на обновление и расширение товарного ассортимента? Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок? Сформулируйте основные задачи, решаемые при обосновании и выборе выгодного поставщика? Какие этапы включает процесс планирования продаж? Назовите цель и задачи контроля продаж.

№	Тема практической работы	Контрольные вопросы
Семестр №3		
		Какие виды решений принимаются для обеспечения результативности контроля продаж? Виды складов, их производственные мощности?
	Практическая работа №3. Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий. (ПК-2)	Основные организационные ценности бережливого производства? Пять принципов бережливого производства? Основные инструменты бережливого производства? Этапы системы 5С? Из каких этапов картирование потока создания ценности? Влияние спроса на количество сотрудников в U-образный цикле? Отечественная и зарубежная практика внедрения бережливого производства?
	Практическая работа №4. Торговля новыми и подержанными автомобилями (ПК-4)	Правила приема автотранспортных средств на комиссию? Определение и порядок изменения комиссионной цены? Порядок продажи и расчетов за автомобиль, проданный через комиссионный магазин? Организация сбыта подержанных автомобилей на автомобильных рынках, автостоянках, автосалонах? Порядок и правила приобретения автомобилей за рубежом и в странах СНГ? Понятие оригинальных и неоригинальных запасных частей? Правила продажи новых автомототранспортных средств? Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами? Обязанности и ответственность продавца? Понятие срока службы и гарантийного срока автомобиля? Существующие виды продаж новых отечественных и импортных автомобилей в России? Документы, необходимые для организации торговой деятельности на дилерских пунктах и автосалонах? Порядок оформления торговых сделок? Выполнение предпродажной подготовки как основное условие соблюдения гарантийных обязательств? Правила торговли автомобилями в кредит?

Защита ИДЗ.

Отметка о допуске работы к защите ИДЗ получается при предъявлении преподавателю оформленной пояснительной записки (согласно заданию на выполнение РГЗ).

Защита работы происходит в форме устного опроса по разделам ИДЗ, в ходе которых проверяется освоение компетенции студентом по разделам выполненного задания.

Типовые контрольные задания (примерные тесты):

1. В процессе выполнения ремонтных работ или оказания сервисных услуг основным источником возмещения затрат на производство и формирования фондов денежных средств предприятия автосервиса является

а) инвестиции

б) выручка от реализации ремонтных работ и услуг

в) фонд накопления

г) фонд потребления

2. Базовой моделью автомобиля считается

а) модель, укомплектованная более мощным двигателем

б) модель, укомплектованная мощным двигателем, с улучшенной отделкой салона

в) принятая к производству на заводе первая модель автомобиля

3. Дефекты, обнаруженные потребителем после ремонта и техобслуживания автомобиля, должны быть устранены в течение

а) 1 месяц

б) 10 дней

в) 20 дней

г) 1 недели

4. Заказчик имеет право отказаться от уже выполненного заказа на ремонт и техническое обслуживание автомобиля

а) при наличии объективных причин

б) если по каким-либо причинам нарушены условия заключенного договора

в) в том случае, если не учтены его индивидуальные требования и запросы, согласованные при приеме заказа на услугу

5. Заказчик может расторгнуть договор об оказании автосервисной услуги

а) только тогда, когда становится очевидным, что услуга будет некачественной

б) если завышена цена услуги

в) в любое время

6. Понятие дилерского предприятия

а) предприятие, закупающее продукцию оптом и торгующее ею в розницу или малыми партиями

б) предприятие, находящееся в структуре производителя, закупающее продукцию оптом и торгующее ею в розницу или малыми партиями

в) дочернее предприятие производителя продукции

7. Что означает понятие «Шоу-рум»?

а) комната для психологической разгрузки

б) комната для отдыха и ожидания для клиентов

в) выставочный зал отдела продаж

8. Понятие Дистрибьютера

а) производитель товара

б) крупный посредник, предлагающий товар известного производителя

в) эксклюзивный дилер в определенном регионе

9. Как оборудуется зона Активной приемки автомобилей?

а) оснащается диагностическим оборудованием

б) оснащается стендом для регулировки углов установки колес

в) оснащается ручными моечными установками

5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

Промежуточная аттестации проводится в форме зачета, и используется следующая шкала оценивания: не зачтено, зачтено.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
Компетенция ПК-2. Способен осуществлять управление деятельностью по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в сервисном центре ПК-2.1 Формирует стратегию развития сервиса автотранспортных средств и их компонентов	
Знания	Основных принципов организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий авто-сервиса;
	Основных методов повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра;
	Статистических и маркетинговых методов сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов.
Умения	Решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями
	Разрабатывать пути оптимизации управления закупками
	Оценивать торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента
	Получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы
	Организовывать деятельность персонала с использованием принципов «Бережливое производство» и применять их на практике
Навыки	Владения методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажа-ми;
	Применения компетенций бережливой личности для формирования удовлетворенности клиентов.

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Основных принципов организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной	Имеет не достаточный уровень знаний основных принципов организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий авто-сервиса и допускает грубые ошибки при отве-	Знает основные принципы организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий авто-сервиса, может корректно описать ее самостоятельно

базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий автосервиса;	те на вопросы	
Основных методов повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра;	Имеет не достаточный уровень знаний основных методов повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Знает основные методы повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра, может корректно описать их самостоятельно
Статистических и маркетинговых методов сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов.	Имеет не достаточный уровень знаний статистических и маркетинговых методов сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Знает статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов, может самостоятельно их выполнить

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями	Не умеет решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Умеет решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями, может корректно описать их самостоятельно
Разрабатывать пути оптимизации управления закупками	Не умеет разрабатывать пути оптимизации управления закупками и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Свободно и самостоятельно умеет разрабатывать пути оптимизации управления закупками
Оценивать торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента	Не умеет правильно оценивать торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Свободно и самостоятельно умеет оценивать торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента
Получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы	Не умеет получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Свободно и самостоятельно умеет получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Владения методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами;	Не имеет навыков владения методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Свободно владеет методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами, может корректно описать их самостоятельно
Применения компетенций бережливой личности для формирования удовлетворенности клиентов.	Не имеет навыков применения компетенций бережливой личности для формирования удовлетворенности клиентов и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Свободно владеет навыками применения компетенций бережливой личности для формирования удовлетворенности клиентов, может корректно описать их самостоятельно

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
Компетенция ПК-4. Способен к управлению деятельностью по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств в сервисной сети ПК-4.1 Формирует стратегии развития, фирменного сервиса и требования к сервисной сети и контроль их выполнения со стороны организации-изготовителя автотранспортных средств	
Знания	Основных принципов дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации;
	Методов оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживание автомобиля, сокращения время ожидания клиента;
Умения	Решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО;
	Осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание;
	Организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности.
Навыки	Применения методик оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса;
	Использовать информацию о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции

Оценка преподавателем выставляется интегрально с учётом всех показателей и критериев оценивания.

Оценка сформированности компетенций по показателю Знания.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Основных принципов дилерской деятельности, страте-	Имеет не достаточный уровень знаний основных принципов дилерской деятельности, стратегии	Знает основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие ком-

гии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации;	управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	мерческих служб организации, может корректно описать ее самостоятельно
Методов оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживание автомобиля, сокращения время ожидания клиента;	Имеет не достаточный уровень знаний методов оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживание автомобиля, сокращения время ожидания клиента и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Знает основные методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживание автомобиля, сокращения время ожидания клиента, может корректно описать их самостоятельно

Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО;	Не умеет решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Умеет решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО, может корректно описать их самостоятельно
Осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание;	Не умеет осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Свободно и самостоятельно умеет осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание
Организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности.	Не умеет правильно организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Свободно и самостоятельно умеет организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности

Оценка сформированности компетенций по показателю Навыки.

Критерий	Уровень освоения и оценка	
	Не зачтено	Зачтено
Применения методик оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса;	Не имеет навыков применения методик оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы	Свободно владеет навыками применения методик оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса, может корректно описать их самостоятельно
Использовать информацию о технических характеристиках и потре-	Не имеет навыков использования информации о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции и допускает	Свободно владеет навыками использования информации о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции, может

бительских свойствах продукции	грубые ошибки при ответе на вопросы	корректно описать их самостоятельно

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Материально-техническое обеспечение

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий, практических занятий	Специализированная мебель, мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
2	Лаборатория имитационного моделирования рабочих процессов транспортных и технологических машин	Специализированная мебель, персональные компьютеры
3	Центр инжиниринга наземного транспорта	Транспортные средства: ВАЗ 2107, ВАЗ 2105, болид проекта «Формула студент», болид проекта «Формула Баха»
4	Читальный зал библиотеки для самостоятельной работы	Специализированная мебель, компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет» имеющая доступ в электронную информационно-образовательную среду

6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1	Microsoft Windows 10 Корпоративная	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023). Договор поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2	Microsoft Office Professional Plus 2016	Соглашение Microsoft Open Value Subscription V6328633. Соглашение действительно с 02.10.2017 по 31.10.2023
3	Kaspersky Endpoint Security «Стандартный Russian Edition»	Сублицензионный договор № 102 от 24.05.2018. Срок действия лицензии до 19.08.2020 Гражданско-правовой Договор (Контракт) № 27782 «Поставка продления права пользования (лицензии) Kaspersky Endpoint Security от 03.06.2020. Срок действия лицензии 19.08.2023г.
4	Google Chrome	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения
5	Mozilla Firefox	Свободно распространяемое ПО согласно условиям лицензионного соглашения

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Горчелс, Л. Управление каналами дистрибуции / Л. Горчелс, Э. Мариен, Ч. Уэст. - М. : Издательский Дом Гребенникова, 2005. - 223 с. - (Управление продажами).

2. Волгин, В. В. Автосервис и права потребителей / В. В. Волгин. - 3-е изд. - М. : Издательско-книготорговая корпорация Дашков и К, 2007. - 159 с.

3. Волгин, В. В. Автосервис. Производство и менеджмент : Организация труда. Задачи специалистов. Исполнение заказов. Общение с клиентами. Управление предприятием. Запасные части : практ. пособие / В. В. Волгин. - 4-е изд., изм. и доп. - М. : Дашков и К, 2009. - 576 с.

4. Волгин, В. В. Автосервис. Маркетинг и анализ : практ. пособие / В. В. Волгин. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2011. - 671 с.

6.4 Перечень дополнительной литературы

1. Кондрашов, В. М. Управление продажами : учеб. для студентов, обучающихся по специальности "Маркетинг" (080111), "Коммерция (торговое дело)" (080301) / В. М. Кондрашов ; ред. В. Я. Горфинкель. - М. : ЮНИТИ, 2007. - 319 с.

2. Волгин, В. В. Склад : организация, управление, логистика / В. В. Волгин. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К, 2005. - 735 с.

3. Бычков, В. П. Экономика автотранспортного предприятия : учебник / В. П. Бычков. - М. : ИНФРА-М, 2006. - 384 с. - (Высшее образование).

4. Бачурин, А. А. Маркетинг на автомобильном транспорте : учеб. пособие / А. А. Бачурин. - М. : ACADEMA, 2005. - 206 с. - (Среднее профессиональное образование).

5. Бачурин, А. А. Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций : учеб. пособие / А. А. Бачурин ; ред. З. И. Аксёнова. - 2-е изд, стер. - М. : Academia, 2005. - 314 с. - (Высшее профессиональное образование)

6.5 Перечень интернет ресурсов

1. http://www.loglink.ru/ -Информационный портал по логистике
2. http://www.raise.ru/ -Информационный портал по подъемно-транспортному оборудованию и спецтехнике
3. http://www.logistika.uz/auto/rent-Транспортный информационно логистический портал (Автомобили, оборудование и запасные части)
4. http://www.zakonrf.info/- Правовая навигационная система-кодексы и законы РФ

7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа утверждена на 2026 /2027 учебный год с изменениями, дополнениями:

6.3. Перечень учебных изданий и учебно-методических материалов

1. Организация дилерской и торговой деятельности предприятий автосервиса и фирменного обслуживания : учебное пособие / А. А. Воробьёв, Д. П. Кононов, Е. В. Пакулина, А. М. Перепеченов. — Санкт-Петербург : ПГУПС, 2025. — 81 с. — ISBN 978-5-7641-2113-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/519890 (дата обращения: 03.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Никифоров, М. В. Технология и организация фирменного обслуживания : учебное пособие / М. В. Никифоров, Е. А. Воронина. — Тверь : Тверская ГСХА, 2024. — 194 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/409832 (дата обращения: 03.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Организация фирменного и сервисного обслуживания : учебное пособие / В. В. Петроченко, В. Н. Ковалевский, А. В. Якименко [и др.]. — Благовещенск : ДальГАУ, 2025. — 130 с. — ISBN 978-5-9642-0673-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/507581 (дата обращения: 03.09.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
4. Горчелс, Л. Управление каналами дистрибуции / Л. Горчелс, Э. Мариен, Ч. Уэст. - М. : Издательский Дом Гребенникова, 2005. - 223 с. - (Управление продажами).
5. Волгин, В. В. Автосервис и права потребителей / В. В. Волгин. - 3-е изд. - М. : Издательско-книготорговая корпорация Дашков и К, 2007. - 159 с.
6. Волгин, В. В. Автосервис. Производство и менеджмент : Организация труда. Задачи специалистов. Исполнение заказов. Общение с клиентами. Управление предприятием. Запасные части : практ. пособие / В. В. Волгин. - 4-е изд., изм. и доп. - М. : Дашков и К, 2009. - 576 с.
7. Волгин, В. В. Автосервис. Маркетинг и анализ : практ. пособие / В. В. Волгин. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2011. - 671 с.

Протокол № 10 заседания кафедры от «26» мая 2026 г.

Заведующий кафедрой_____ Конев А.А.

подпись, ФИО

Директор института _____ Загородний Н.А.

подпись, ФИО