

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



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
**дисциплины**

**Организация дилерской и торговой деятельности сервисных предприятий**

направление подготовки:  
**23.03.03 Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов**

Направленность программы (профиль):

**Автомобильный сервис**

Квалификация  
**бакалавр**

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 - бакалавриат по направлению подготовки 23.03.03 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

| Категория компетенции        | Код и наименование компетенции                                                                                                                                                                                       | Код и наименование индикатора достижения компетенции                            | Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Профессиональные компетенции | ПК-5<br>Способен разрабатывать комплекс мер по повышению эффективности деятельности структурного подразделения и организовать процесс их реализации в условиях полнофункционального автомобильного дилерского центра | ПК-5.1<br>Осуществляет сбор актуальной информации об удовлетворенности клиентов | <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основных принципов организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий автосервиса;</li> <li>- основных методов повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра;</li> <li>- статистических и маркетинговых методов сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями;</li> <li>- разрабатывать пути оптимизации управления закупками;</li> <li>- оценивать торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента;</li> <li>- получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы;</li> <li>- организовывать деятельность персонала с использованием принципов «Бережливое производство» и применять их на практике.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- владения методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами;</li> <li>- применения компетенций бережливой личности для формирования удовлетворенности клиентов.</li> </ul> |
|                              | ПК-9<br>Способен реализовывать технологические процессы технического обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин                                                                         | ПК-9.5<br>Консультирует потребителей по вопросам сервиса автомобиля             | <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основных принципов дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации;</li> <li>- методов оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения время ожидания клиента;</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО;</li> <li>- осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание;</li> <li>- организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применения методик оценки рыночной среды и проектирования структуры органи-</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

| Категория компетенции | Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине                                                                                  |
|-----------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                       |                                |                                                      | зации дилерской и торговой деятельности автосервиса;<br>- использовать информацию о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции |

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

**1. Компетенция ПК-5.** Способен разрабатывать комплекс мер по повышению эффективности деятельности структурного подразделения и организовать процесс их реализации в условиях полнофункционального автомобильного дилерского центра.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами:

| Стадия | Наименования дисциплины                                                              |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Управление персоналом в транспортной отрасли                                         |
| 2      | Маркетинг                                                                            |
| 3      | Производственная эксплуатационная практика                                           |
| 4      | Организация дилерской и торговой деятельности сервисных предприятий                  |
| 5      | Экономика отрасли и предприятия                                                      |
| 6      | Производственная преддипломная практика                                              |
| 7      | Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |

**2. Компетенция ПК-9.** Способен реализовывать технологические процессы технического обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин.

Данная компетенция формируется следующими дисциплинами:

| Стадия | Наименования дисциплины                                                                                 |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | Конструкция и эксплуатационные свойства транспортных и транспортно-технологических машин и оборудования |
| 2      | Электрооборудование и электронные системы управления транспортно-технологических машин                  |
| 3      | Диагностика технического состояния автомобилей                                                          |
| 4      | Документооборот в транспортной отрасли                                                                  |
| 5      | Системы, технологии и организация услуг в предприятиях сервиса                                          |
| 6      | Техническая эксплуатация автомобильного парка на предприятиях автосервиса                               |
| 7      | Производственная эксплуатационная практика                                                              |
| 8      | Типаж, эксплуатация и основы проектирования технологического оборудования                               |
| 9      | Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств и их компонентов                             |
| 10     | Организация дилерской и торговой деятельности сервисных предприятий                                     |
| 11     | Основы технологии производства и ремонта транспортно-технологических машин                              |

|    |                                                                                      |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 12 | Альтернативные силовые установки транспортно-технологических машин                   |
| 13 | Производственная преддипломная практика                                              |
| 14 | Выполнение, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |

### 3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зач. единицы, **144** 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 № 7 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Общая трудоемкость дисциплины, час                                                                              | 144         | 144         |
| <b>Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:</b>                                                          | 71          | 71          |
| лекции                                                                                                          | 34          | 34          |
| лабораторные                                                                                                    | -           | -           |
| практические                                                                                                    | 34          | 34          |
| групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации                              | 3           | 3           |
| <b>Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:</b>          | 73          | 73          |
| Курсовой проект                                                                                                 | -           | -           |
| Курсовая работа                                                                                                 | -           | -           |
| Расчетно-графическое задания                                                                                    | 18          | 18          |
| Индивидуальное домашнее задание                                                                                 | -           | -           |
| Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия) | 55          | 55          |
| 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 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------------------|----------------------|------------------------------------------------------------|
| <b>1. Общие сведения о дилерской и торговой деятельности предприятий (ПК-5)</b>                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |                      |                      |                                                            |
|                                                                                                                   | Проблемы развития дилерской сети в России и за рубежом.<br>Организация торговли автомобилями и запасными частями                                                                                                                                                                                                                   | 5      | -                    | -                    | 5                                                          |
| <b>2. Управление продажами (ПК-5)</b>                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |                      |                      |                                                            |
|                                                                                                                   | Роль и значение рыночной среды в управлении продажами. управление продажами: сущность и организация; Организация стратегии продвижения. Тактика управления продажами.                                                                                                                                                              | 5      | 8                    | -                    | 8                                                          |
| <b>3. Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-9)</b>                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |                      |                      |                                                            |
|                                                                                                                   | Структура рынка автомобилей и запасных частей.<br>Каналы распределения товаров, участники канала распределения, классификация посредников;<br>Система складов –товаропроводящая сеть.                                                                                                                                              | 6      | 8                    |                      | 8                                                          |
| <b>4. Нормативно-законодательная база, регламентирующая деятельность торговых предприятий автосервиса. (ПК-5)</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |                      |                      |                                                            |
|                                                                                                                   | Закон РФ «О защите прав потребителей» - основной документ в регулировании отношений между потребителями и предпринимателями,<br>Основные определения и понятия Закона «О защите прав потребителей».                                                                                                                                | 4      | -                    | -                    | 6                                                          |
| <b>5. Организация торговли новыми автомобилями (ПК-9)</b>                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |                      |                      |                                                            |
|                                                                                                                   | Понятие лизинга. Этапы лизингового процесса.<br>Лизинговые сделки на автотранспорте. Отношения между участниками лизинговых сделок. Правила торговли автомобилями в кредит.                                                                                                                                                        | 5      | 4                    | -                    | 8                                                          |
| <b>6. Торговля поддержанными автомобилями (ПК-9)</b>                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |                      |                      |                                                            |
|                                                                                                                   | Организация сбыта поддержанных автомобилей на автомобильных рынках, автостоянках, автосалонах. Порядок и правила приобретения автомобилей за рубежом и в странах СНГ.<br>Понятие оригинальных и неоригинальных запасных частей. Особенности продажи запасных частей и комплектующих на рынках. Порядок растаможивания автомобилей. | 5      | 4                    | -                    | 8                                                          |
| <b>7. Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий (ПК-5)</b>                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |                      |                      |                                                            |

|  |                                                                                                                                                                                                           |           |           |  |           |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|--|-----------|
|  | Основные принципы бережливого производства. Методы снижения затрат на качество обслуживания и предпродажной подготовки. Оптимизация внутреннего пространства и складского хозяйства. Бережливая личность. | 4         | 10        |  | 12        |
|  | <b>ВСЕГО</b>                                                                                                                                                                                              | <b>34</b> | <b>34</b> |  | <b>55</b> |

#### 4.2. Содержание практических (семинарских) занятий

| № п/п       | Наименование раздела дисциплины                                     | Тема практического (семинарского) занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | К-во часов | Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям |
|-------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------|
| семестр № 7 |                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |            |                                                            |
| 1           | <b>Управление продажами (ПК-5)</b>                                  | Как рассчитать емкость рынка; разработать профиль макроокружения компании и выделить зоны влияния; разработать план действий по оптимизации продаж; оценить рыночную долю дилерских центров; рассчитать величину изменения рыночного спроса; Разработать расширенную матрицу SWOT- Анализа; определять стратегии продаж<br>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           | <b>Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-9)</b> | 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<br>Определение систем распределения<br>Определить привлекательность предприятия. Рассчитать коэффициент безопасности выхода компании на рынок; рассчитать рейтинг поставщиков. Определить закупать комплектующие или изготовить на предприятии | 8          | 8                                                          |

|        |                                                                                     |                                                                                                                                                                                 |    |    |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| 3      | <b>Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий (ПК-9)</b> | Фабрика процессов «Технологии сервисного сопровождения автотранспорта»                                                                                                          | 10 | 10 |
| 4      | <b>Торговля новыми и поддержанными автомобилями (ПК-9)</b>                          | Понятие лизинга. Этапы лизингового процесса. Лизинговые сделки на автотранспорте. Организация сбыта поддержанных 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 расчетно-графического задания

*Целью выполнения расчетно-графического задания 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 РГЗ: 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 «Рока-Йоке»

4.7 Канбан

5 Диаграмма спагетти

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1. Реализация компетенции

**1. Компетенция ПК-5.** Способен разрабатывать комплекс мер по повышению эффективности деятельности структурного подразделения и организовать процесс их реализации в условиях полнофункционального автомобильного дилерского центра.

| Наименование индикатора достижения компетенции                                | Используемые средства оценивания                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-5.1. Осуществляет сбор актуальной информации об удовлетворенности клиентов | Зачет, защита практических работ, защита расчетно-графического задания, устный опрос, тестовые задания |

**2. Компетенция ПК-9.** Способен реализовывать технологические процессы технического обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин

| Наименование индикатора (показателя оценивания)                   | Используемые средства оценивания                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-9.5. Консультирует потребителей по вопросам сервиса автомобиля | Зачет, защита практических работ, защита расчетно-графического 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     | <b>Общие сведения о дилерской и торговой деятельности предприятий (ПК-5)</b> | Влияние фирменного обслуживания на сбыт автомобилей.<br>Требования потенциальных покупателей к приобретаемым автомобилям.<br>Понятие каналов распределения товаров.<br>Причины формирования каналов распределения при торговле автомобилями и запасными частями;<br>Процесс продаж;<br>Стили продаж;<br>Факторы активизации продаж;<br>Какое место занимает рыночная среда в системе управления продажами?<br>В чем проявляется взаимосвязь рыночной среды и управления продажами?<br>Охарактеризуйте рыночную среду как двухуровневую систему.<br>Что понимается под «деловой средой» продаж? |

|   |                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                    | <p>Какие характерные черты свойственны рыночной среде?</p> <p>Назовите четыре уровня неопределенности рыночной среды.</p> <p>Приведите примеры компаний, которые функционируют в условиях простой стабильной, сложной стабильной, простой нестабильной, сложной нестабильной рыночной среде.</p> <p>Какие задачи и функции выполняются при исследовании рыночной среды управления продажами?</p> <p>Назовите и охарактеризуйте этапы процесса исследования влияния рыночной среды на управление продажами.</p> <p>Какие методы используются для изучения рыночной среды?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 2 | <b>Управление продажами (ПК-5)</b> | <p>Раскройте сущность управления продажами.</p> <p>Изложите процесс управления продажами товарной продукции.</p> <p>Назовите общие и частные принципы управления продажами.</p> <p>Дайте характеристику субъекта и объекта управления продажами.</p> <p>Какие деловые и личностные качества характерны менеджерам по продажам?</p> <p>Охарактеризуйте стили руководства торговым персоналом.</p> <p>Дайте характеристику транзакционного и трансформационного руководства.</p> <p>Перечислите, какие функции выполняют торговые представители?</p> <p>Дайте сравнительную оценку форм специализации управления продажами.</p> <p>В чем заключаются особенности проектирования структуры отдела продаж?</p> <p>Раскройте содержание процесса разработки структуры управления продажами.</p> <p>Назовите основные направления организационного развития продаж.</p> <p>Какая роль отводится стратегиям в системе управления продажами?</p> <p>Охарактеризуйте стратегию с точки зрения критериев качества и эффективности.</p> <p>Назовите основные этапы процесса разработки стратегии.</p> <p>С какой целью необходимо оценивать готовность компании к разработке стратегии?</p> <p>В чем заключается роль и значение товарно-маркетинговой стратегии в управлении продажами?</p> <p>Сформулируйте основные этапы разработки товарной стратегии.</p> <p>Поясните термин «концепция нового товара».</p> <p>Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании?</p> <p>Какие факторы оказывают влияние на обновление и расширение товарного ассортимента?</p> <p>В чем заключается процесс управления товарным ассортиментом?</p> <p>Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок? Сформулируйте основные задачи, решаемые при обосновании и выборе выгодного поставщика.</p> |

|   |                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                     | <p>Назовите, какие методы используются для планирования оптовых продаж?</p> <p>Какие этапы включает процесс планирования продаж?</p> <p>Перечислите методы прогнозирования продаж.</p> <p>Рассмотрите процесс формирования бюджета продаж.</p> <p>С какой целью осуществляется контроль за выполнением бюджета продаж?</p> <p>Дайте классификацию финансовых рисков, учитываемых при продажах товарной продукции.</p> <p>Назовите цель и задачи контроля продаж.</p> <p>Какие виды решений принимаются для обеспечения результативности контроля продаж?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 3 | <b>Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-9)</b> | <p>Основные функции участников канала распределения товаров.</p> <p>Понятие уровня канала распределения. Привести примеры.</p> <p>Участники канала распределения товаров и их классификация.</p> <p>Понятие дистрибьютора, его место в канале распределения.</p> <p>Основные функции регионального дистрибьютора.</p> <p>Понятие дилера и его функции.</p> <p>Существующие виды дилеров, их различия.</p> <p>Проблемы развития дилерской сети в России и за рубежом.</p> <p>Комиссионер и агент как посредники при продвижении товара на рынок.</p> <p>Организация товаропроводящей сети.</p> <p>Какая роль отводится стратегиям в системе управления продажами?</p> <p>Охарактеризуйте стратегию с точки зрения критериев качества и эффективности.</p> <p>Назовите основные этапы процесса разработки стратегии.</p> <p>С какой целью необходимо оценивать готовность компании к разработке стратегии?</p> <p>В чем заключается роль и значение товарно-маркетинговой стратегии в управлении продажами?</p> <p>Сформулируйте основные этапы разработки товарной стратегии.</p> <p>Поясните термин «концепция нового товара».</p> <p>Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании?</p> <p>Какие факторы оказывают влияние на обновление и расширение товарного ассортимента?</p> <p>В чем заключается процесс управления товарным ассортиментом?</p> <p>Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок? Сформулируйте основные задачи, решаемые при обосновании и выборе выгодного поставщика.</p> <p>Назовите, какие методы используются для планирования оптовых продаж?</p> <p>Какие этапы включает процесс планирования продаж?</p> <p>Перечислите методы прогнозирования продаж.</p> <p>Рассмотрите процесс формирования бюджета продаж.</p> <p>С какой целью осуществляется контроль за выполнением бюджета продаж?</p> |

|    |                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                | <p>Дайте классификацию финансовых рисков, учитываемых при продажах товарной продукции.</p> <p>Назовите цель и задачи контроля продаж.</p> <p>Какие виды решений принимаются для обеспечения результативности контроля продаж?</p> <p>Виды складов, их производственные мощности</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 4  | <b>Нормативно-законодательная база, регламентирующая деятельность торговых предприятий автосервиса. (ПК-5)</b> | <p>Закон РФ «О защите прав потребителей» - основной документ в регулировании отношений между потребителями и предпринимателями,</p> <p>Основные определения и понятия Закона «О защите прав потребителей».</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 24 | <b>Организация торговли новыми автомобилями (ПК-9)</b>                                                         | <p>Правила продажи новых автотранспортных средств.</p> <p>Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами.</p> <p>Обязанности и ответственность продавца.</p> <p>Понятие срока службы и гарантийного срока автомобиля.</p> <p>Существующие виды продаж новых отечественных и импортных автомобилей в России.</p> <p>Документы, необходимые для организации торговой деятельности на дилерских пунктах и автосалонах.</p> <p>Порядок оформления торговых сделок.</p> <p>Выполнение предпродажной подготовки как основное условие соблюдения гарантийных обязательств.</p> <p>Правила торговли автомобилями в кредит.</p> <p>Основы, определяющие суммы и сроки предоставления кредита.</p> <p>Условия приобретения автомобилей в кредит.</p> <p>Понятие лизинга. Этапы лизингового процесса.</p> <p>Лизинговые сделки на автотранспорте. Отношения между участниками лизинговых сделок.</p> <p>Преимущества и недостатки лизинга на автомобильном транспорте.</p> |
| 6  | <b>Торговля поддержанными автомобилями (ПК-9)</b>                                                              | <p>Правила приема автотранспортных средств на комиссию.</p> <p>Определение и порядок изменения комиссионной цены.</p> <p>Порядок продажи и расчетов за автомобиль, проданный через комиссионный магазин.</p> <p>Организация сбыта поддержанных автомобилей на автомобильных рынках, автостоянках, автосалонах.</p> <p>Порядок и правила приобретения автомобилей за рубежом и в странах СНГ.</p> <p>Понятие оригинальных и неоригинальных запасных частей.</p> <p>Особенности продажи запасных частей и комплектующих на рынках, через магазины и станции технического обслуживания.</p> <p>Порядок растаможивания автомобилей. Органы Государственного таможенного комитета, занимающиеся растаможиванием автомобилей.</p> <p>Порядок определения совокупного таможенного платежа.</p>                                                                                                                                                                                      |

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 РГЗ.

**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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Семестр №7</b> |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 1.                | Практическая работа №1<br>Управление продажами<br>(ПК-5) | <p>Раскройте сущность управления продажами?</p> <p>Назовите общие и частные принципы управления продажами?</p> <p>Дайте характеристику субъекта и объекта управления продажами?</p> <p>Какие деловые и личностные качества характерны менеджерам по продажам?</p> <p>Перечислите, какие функции выполняют торговые представители?</p> <p>Дайте сравнительную оценку форм специализации управления продажами?</p> <p>В чем заключаются особенности проектирования структуры отдела продаж?</p> <p>Назовите основные направления организационного развития продаж?</p> <p>В чем заключается роль и значение товарно-маркетинговой стратегии в управлении продажами?</p> <p>Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании?</p> <p>Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок?</p> <p>Дайте классификацию финансовых рисков, учитываемых при продажах товарной продукции?</p> |

| №          | Тема практической работы                                                                                 | Контрольные вопросы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Семестр №7 |                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|            | Практическая работа №2.<br>Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-5)                  | <p>Участники канала распределения товаров и их классификация?</p> <p>Понятие дистрибьютора, его место в канале распределения?</p> <p>Понятие дилера и его функции?</p> <p>Существующие виды дилеров, их различия?</p> <p>Охарактеризуйте стратегию с точки зрения критериев качества и эффективности.</p> <p>Поясните термин «концепция нового товара»?</p> <p>Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании?</p> <p>Какие факторы оказывают влияние на обновление и расширение товарного ассортимента?</p> <p>Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок?</p> <p>Сформулируйте основные задачи, решаемые при обосновании и выборе выгодного поставщика?</p> <p>Какие этапы включает процесс планирования продаж?</p> <p>Назовите цель и задачи контроля продаж.</p> <p>Какие виды решений принимаются для обеспечения результативности контроля продаж?</p> <p>Виды складов, их производственные мощности?</p>                                    |
|            | Практическая работа №3.<br>Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий. (ПК-5) | <p>Основные организационные ценности бережливого производства?</p> <p>Пять принципов бережливого производства?</p> <p>Основные инструменты бережливого производства?</p> <p>Этапы системы 5С?</p> <p>Из каких этапов картирование потока создания ценности?</p> <p>Влияние спроса на количество сотрудников в U-образный цикл?</p> <p>Отечественная и зарубежная практика внедрения бережливого производства?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|            | Практическая работа №4.<br>Торговля новыми и подержанными автомобилями (ПК-9)                            | <p>Правила приема автотранспортных средств на комиссию?</p> <p>Определение и порядок изменения комиссионной цены?</p> <p>Порядок продажи и расчетов за автомобиль, проданный через комиссионный магазин?</p> <p>Организация сбыта подержанных автомобилей на автомобильных рынках, автостоянках, автосалонах?</p> <p>Порядок и правила приобретения автомобилей за рубежом и в странах СНГ?</p> <p>Понятие оригинальных и неоригинальных запасных частей?</p> <p>Правила продажи новых автотранспортных средств?</p> <p>Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами?</p> <p>Обязанности и ответственность продавца?</p> <p>Понятие срока службы и гарантийного срока автомобиля?</p> <p>Существующие виды продаж новых отечественных и импортных автомобилей в России?</p> <p>Документы, необходимые для организации торговой деятельности на дилерских пунктах и автосалонах?</p> <p>Порядок оформления торговых сделок?</p> <p>Выполнение предпродажной подготовки как основное усло-</p> |

| №          | Тема практической работы | Контрольные вопросы                                                                 |
|------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Семестр №7 |                          |                                                                                     |
|            |                          | вие соблюдения гарантийных обязательств?<br>Правила торговли автомобилями в кредит? |

### Защита РГЗ.

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

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

### Типовые контрольные задания (примерные тесты):

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| В процессе выполнения ремонтных работ или оказания сервисных услуг основным источником возмещения затрат на производство и формирования фондов денежных средств предприятия автосервиса является<br>а) инвестиции<br>б) выручка от реализации ремонтных работ и услуг<br>в) фонд накопления<br>г) фонд потребления                             |
| Базовой моделью автомобиля считается<br>а) модель, укомплектованная более мощным двигателем<br>б) модель, укомплектованная мощным двигателем, с улучшенной отделкой салона<br>в) принятая к производству на заводе первая модель автомобиля                                                                                                    |
| Дефекты, обнаруженные потребителем после ремонта и техобслуживания автомобиля, должны быть устранены в течение<br>а) 1 месяц<br>б) 10 дней<br>в) 20 дней<br>г) 1 недели                                                                                                                                                                        |
| Заказчик имеет право отказаться от уже выполненного заказа на ремонт и техническое обслуживание автомобиля<br>а) при наличии объективных причин<br>б) если по каким-либо причинам нарушены условия заключенного договора<br>в) в том случае, если не учтены его индивидуальные требования и запросы, согласованные при приеме заказа на услугу |
| Заказчик может расторгнуть договор об оказании автосервисной услуги<br>а) только тогда, когда становится очевидным, что услуга будет некачественной<br>б) если завышена цена услуги<br>в) в любое время                                                                                                                                        |
| Понятие дилерского предприятия<br>а) предприятие, закупающее продукцию оптом и торгующее ею в розницу или малыми партиями<br>б) предприятие, находящееся в структуре производителя, закупающее продукцию оптом и торгующее ею в розницу или малыми партиями<br>в) дочернее предприятие производителя продукции                                 |
| Что означает понятие «Шоу-рум»?<br>а) комната для психологической разгрузки<br>б) комната для отдыха и ожидания для клиентов<br>в) выставочный зал отдела продаж                                                                                                                                                                               |
| Понятие Дистрибьютера<br>а) производитель товара<br>б) крупный посредник, предлагающий товар известного производителя<br>в) эксклюзивный дилер в определенном регионе                                                                                                                                                                          |
| Как оборудуется зона Активной приемки автомобилей?<br>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 аттестация 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                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Компетенция ПК-5.</b> Способен разрабатывать комплекс мер по повышению эффективности деятельности структурного подразделения и организовать процесс их реализации в условиях полнофункционального автомобильного дилерского центра.<br><b>ПК-5.1</b> Осуществляет сбор актуальной информации об удовлетворенности клиентов |                                                                                                                                                                                                     |
| 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 продажами;                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 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 | Имеет не достаточный уровень знаний основных принципов ор- | Знает основные принципы организа-ции торговли автомобилями, ком- |



|                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий авто-сервиса; | ганизации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий авто-сервиса и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы | плектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельности торговых предприятий авто-сервиса, может корректно описать ее самостоятельно |
| 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                                                                     | Не умеет получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью рас-                                                                                  | Свободно и самостоятельно умеет получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий                                                               |

|                                                                   |                                                                         |                                            |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы | ширения клиентской базы и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы | 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                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Компетенция ПК-9.</b> Способен реализовывать технологические процессы технического обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин.<br><b>ПК-9.5</b> Консультирует потребителей по вопросам сервиса автомобиля |                                                                                                                                |
| Знания                                                                                                                                                                                                                                    | Основных принципов дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации;     |
|                                                                                                                                                                                                                                           | Методов оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания 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, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации; | Имеет не достаточный уровень знаний основных принципов дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы | Знает основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации, может корректно описать ее самостоятельно   |
| Методов оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения время ожидания клиента;        | Имеет не достаточный уровень знаний методов оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения время ожидания клиента и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы        | Знает основные методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания 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 | Не имеет навыков применения методик оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса и допускает грубые ошибки при ответе на | Свободно владеет навыками применения методик оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса, может корректно описать их самостоятельно |

|                                                                                             |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| торговой деятельности автосервиса;                                                          | вопросы                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                   |
| Использовать информацию о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции | Не имеет навыков использования информации о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции и допускает грубые ошибки при ответе на вопросы | Свободно владеет навыками использования информации о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции, может 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<br>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