

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  
**Заочная**

**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 2021 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 2021 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	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
Профессиональные компетенции	<p>ПК-5 Способен разрабатывать комплекс мер по повышению эффективности деятельности структурного подразделения и организовать процесс их реализации в условиях полнофункционального автомобильного дилерского центра</p>	<p>ПК-5.1 Осуществляет сбор актуальной информации об удовлетворенности клиентов</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельность торговых предприятий автосервиса;</li> <li>- основные методы повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра;</li> <li>- статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов.</li> </ul> <p><b>Уметь:</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>- оценить 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>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами;</li> <li>- компетенциями бережливой личности.</li> </ul>
	<p>ПК-9 Способен реализовывать технологические процессы технического обслуживания и ремонта транспортных и транспортно-технологических машин</p>	<p>ПК-9.5 Консультирует потребителей по вопросам сервиса автомобиля</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации;</li> <li>- методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения время ожидания клиента;</li> </ul>

Категория	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине
			<p><b>Уметь:</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>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методиками оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса;</li> <li>- информацией о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции</li> </ul>

## 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	Экономика отрасли и предприятия
3	Маркетинг
4	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	Типаж, эксплуатация и основы проектирования технологического оборудования
4	Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств и их компонентов
5	Диагностика технического состояния автомобилей
6	Основы технологии производства и ремонта транспортно-технологических машин
7	Документооборот в транспортной отрасли
8	Альтернативные силовые установки транспортно-технологических машин
9	Системы, технологии и организация услуг в предприятиях сервиса
10	Техническая эксплуатация автомобильного парка на предприятиях автосервиса
11	Производственная эксплуатационная практика
12	Производственная преддипломная практика
13	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: 4 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 № 9
Общая трудоемкость дисциплины, час	144	144
<b>Контактная работа (аудиторные занятия), в т.ч.:</b>	10	10
лекции	4	4
лабораторные	-	-
практические	6	6
групповые консультации в период теоретического обучения и промежуточной аттестации	-	-
<b>Самостоятельная работа студентов, включая индивидуальные и групповые консультации, в том числе:</b>	134	134
Курсовой проект	-	-
Курсовая работа	-	-
Расчетно-графическое задания	18	18
Индивидуальное домашнее задание	-	-
Самостоятельная работа на подготовку к аудиторным занятиям (лекции, практические занятия, лабораторные занятия)	116	116
Зачет	-	-

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Наименование тем, их содержание и объем

#### Курс 4 Семестр 9

№ 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;</b>					
	Проблемы развития дилерской сети в России и за рубежом. Организация торговли автомобилями и запасными частями	3	-	-	10
<b>2. Управление продажами</b>					
	Роль и значение рыночной среды в управлении продажами. управление продажами: сущность и организация; Организация стратегии продвижения. Тактика управления продажами.	2	1	-	10
<b>3. Организация торговли автомобилями и запасными частями</b>					
	Структура рынка автомобилей и запасных частей. Каналы распределения товаров, участники канала распределения, классификация посредников; Система складов –товаропроводящая сеть.	2	1		20
<b>4. Нормативно-законодательная база, регламентирующая деятельность торговых предприятий автосервиса.</b>					
	Закон РФ «О защите прав потребителей» - основной документ в регулировании отношений между потребителями и предпринимателями, Основные определения и понятия Закона «О защите прав потребителей».	2	-	-	16
<b>5. Организация торговли новыми автомобилями</b>					
	Понятие лизинга. Этапы лизингового процесса. Лизинговые сделки на автотранспорте. Отношения между участниками лизинговых сделок. Правила торговли автомобилями в кредит.	2	1	-	18
<b>6. Торговля подержанными автомобилями</b>					
	Организация сбыта подержанных автомобилей на автомобильных рынках, автостоянках, автосалонах. По-	2	1	-	18

	рядок и правила приобретения автомобилей за рубежом и в странах СНГ. Понятие оригинальных и неоригинальных запасных частей. Особенности продажи запасных частей и комплектующих на рынках. Порядок растаможивания автомобилей.				
<b>7. Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий</b>					
	Основные принципы бережливого производства. Методы снижения затрат на качество обслуживания и предпродажной подготовки. Оптимизация внутреннего пространства и складского хозяйства. Бережливая личность.	4	2		24
	<b>ВСЕГО</b>	<b>4</b>	<b>6</b>		<b>116</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
<b>семестр № 9</b>				
1	<b>Управление продажами</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 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	1	6
2	<b>Организация торговли автомобилями и запасными частями</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 Определение систем распределения	2	8

		Определить привлекательность предприятия. Рассчитать коэффициент безопасности выхода компании на рынок; рассчитать рейтинг поставщиков. Определить закупать комплектующие или изготовить на предприятии		
3	<b>Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий</b>	Фабрика процессов «Технологии сервисного сопровождения автотранспорта»	2	8
4	<b>Торговля новыми и поддержанными автомобилями</b>	Понятие лизинга. Этапы лизингового процесса. Лизинговые сделки на автотранспорте. Организация сбыта поддержанных автомобилей в автосалонах. Порядок растаможивания автомобилей.	1	8
ИТОГО:			6	30
			ВСЕГО:	36

### 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, индивидуальных домашних заданий

*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.**

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	Устный опрос, тестовый контроль, защита расчетно-графического задания, зачет

**1. 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	Устный опрос, тестовый контроль, защита расчетно-графического задания, зачет

### 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</b>	Влияние фирменного обслуживания на сбыт автомобилей. Требования потенциальных покупателей к приобретаемым автомобилям. Понятие каналов распределения товаров. Причины формирования каналов распределения при торговле автомобилями и запасными частями; Процесс продаж; Стили продаж;

		<p>Факторы активизации продаж;          Какое место занимает рыночная среда в системе управления продажами?          В чем проявляется взаимосвязь рыночной среды и управления продажами?          Охарактеризуйте рыночную среду как двухуровневую систему.          Что понимается под «деловой средой» продаж?          Какие характерные черты свойственны рыночной среде?          Назовите четыре уровня неопределенности рыночной среды.          Приведите примеры компаний, которые функционируют в условиях простой стабильной, сложной стабильной, простой нестабильной, сложной нестабильной рыночной среде.          Какие задачи и функции выполняются при исследовании рыночной среды управления продажами?          Назовите и охарактеризуйте этапы процесса исследования влияния рыночной среды на управление продажами.          Какие методы используются для изучения рыночной среды?</p>
2	<b>Управление продажами</b>	<p>Раскройте сущность управления продажами.          Изложите процесс управления продажами товарной продукции.          Назовите общие и частные принципы управления продажами.          Дайте характеристику субъекта и объекта управления продажами.          Какие деловые и личностные качества характерны менеджерам по продажам?          Охарактеризуйте стили руководства торговым персоналом.          Дайте характеристику транзакционного и трансформационного руководства.          Перечислите, какие функции выполняют торговые представители?          Дайте сравнительную оценку форм специализации управления продажами.          В чем заключаются особенности проектирования структуры отдела продаж?          Раскройте содержание процесса разработки структуры управления продажами.          Назовите основные направления организационного развития продаж.          Какая роль отводится стратегиям в системе управления продажами?          Охарактеризуйте стратегию с точки зрения критериев качества и эффективности.          Назовите основные этапы процесса разработки стратегии.          С какой целью необходимо оценивать готовность компании к разработке стратегии?          В чем заключается роль и значение товарно-маркетинговой стратегии в управлении продажами?          Сформулируйте основные этапы разработки товарной стратегии.          Поясните термин «концепция нового товара».          Какое место занимает управление товарным ассортиментом в</p>

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

		<p>новании 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.</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</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 подержанными автомобилями</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 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>Особенности продажи запасных частей и комплектующих на</p>

		рынках, через магазины и станции технического обслуживания. Порядок растаможивания автомобилей. Органы Государственного таможенного комитета, занимающиеся растаможиванием автомобилей. Порядок определения совокупного таможенного платежа.
--	--	--

Результаты освоения в семестре основного теоретического материала оцениваются тремя письменными опросами (после рассмотрения очередных двух разделов дисциплины), учитываемыми при выставлении дифференцированного 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 собеседования, выполнения и защиты практических, лабораторных работ и 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
Семестр №7		
1.	Практическая работа №1 Управление продажами (ПК-5, ПК-9)	Раскройте сущность управления продажами? Назовите общие и частные принципы управления продажами? Дайте характеристику субъекта и объекта управления продажами? Какие деловые и личностные качества характерны менеджерам по продажам? Перечислите, какие функции выполняют торговые представители? Дайте сравнительную оценку форм специализации управления

№	Тема практической работы	Контрольные вопросы
Семестр №7		
		<p>продажами?  В чем заключаются особенности проектирования структуры отдела продаж?  Назовите основные направления организационного развития продаж?  В чем заключается роль и значение товарно-маркетинговой стратегии в управлении продажами?  Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании?  Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок?  Дайте классификацию финансовых рисков, учитываемых при продажах товарной продукции?</p>
	<p>Практическая работа №2.  Организация торговли автомобилями и запасными частями (ПК-5, ПК-9)</p>	<p>Участники канала распределения товаров и их классификация?  Понятие дистрибьютора, его место в канале распределения?  Понятие дилера и его функции?  Существующие виды дилеров, их различия?  Охарактеризуйте стратегию с точки зрения критериев качества и эффективности.  Поясните термин «концепция нового товара»?  Какое место занимает управление товарным ассортиментом в продуктовой стратегии компании?  Какие факторы оказывают влияние на обновление и расширение товарного ассортимента?  Какая роль отводится бренду в продвижении товара на рынок?  Сформулируйте основные задачи, решаемые при обосновании и выборе выгодного поставщика?  Какие этапы включает процесс планирования продаж?  Назовите цель и задачи контроля продаж.  Какие виды решений принимаются для обеспечения результативности контроля продаж?  Виды складов, их производственные мощности?</p>
	<p>Практическая работа №3.  Бережливые технологии в дилерской и торговой деятельности предприятий.  (ПК-5, ПК-9)</p>	<p>Основные организационные ценности бережливого производства?  Пять принципов бережливого производства?  Основные инструменты бережливого производства?  Этапы системы 5С?  Из каких этапов картирование потока создания ценности?  Влияние спроса на количество сотрудников в U-образный цикл?  Отечественная и зарубежная практика внедрения бережливого производства?</p>
	<p>Практическая работа №4.  Торговля новыми и подержанными автомобилями  (ПК-5, ПК-9)</p>	<p>Правила приема автотранспортных средств на комиссию?  Определение и порядок изменения комиссионной цены?  Порядок продажи и расчетов за автомобиль, проданный через комиссионный магазин?  Организация сбыта подержанных автомобилей на автомобильных рынках, автостоянках, автосалонах?  Порядок и правила приобретения автомобилей за рубежом и в странах СНГ?  Понятие оригинальных и неоригинальных запасных частей?</p>

№	Тема практической работы	Контрольные вопросы
Семестр №7		
		Правила продажи новых автотранспортных средств? Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами? Обязанности и ответственность продавца? Понятие срока службы и гарантийного срока автомобиля? Существующие виды продаж новых отечественных и импортных автомобилей в России? Документы, необходимые для организации торговой деятельности на дилерских пунктах и автосалонах? Порядок оформления торговых сделок? Выполнение предпродажной подготовки как основное условие соблюдения гарантийных обязательств? Правила торговли автомобилями в кредит?

### Критерии оценивания практической работы.

Оценка	Критерии оценивания
5	Работа выполнена полностью. Студент владеет теоретическим материалом, отсутствуют ошибки при описании теории, формулирует собственные, самостоятельные, обоснованные, аргументированные суждения, представляет полные и развернутые ответы на дополнительные вопросы.
4	Работа выполнена полностью. Студент владеет теоретическим материалом, отсутствуют ошибки при описании теории, формулирует собственные, самостоятельные, обоснованные, аргументированные суждения, допуская незначительные ошибки на дополнительные вопросы.
3	Работа выполнена полностью. Студент владеет теоретическим материалом на минимально допустимом уровне, присутствуют незначительные ошибки при описании теории, испытывает затруднения в формулировке собственных обоснованных и аргументированных суждений, допуская незначительные ошибки на дополнительные вопросы.
2	Работа выполнена не полностью. Студент практически не владеет теоретическим материалом, допуская ошибки по существу рассматриваемых (обсуждаемых) вопросов, испытывает затруднения в формулировке собственных обоснованных и аргументированных суждений, допускает ошибки при ответе на дополнительные вопросы.

### 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 знания студента по разделам выполненного задания.

### 5.4. Описание критериев оценивания компетенций и шкалы оценивания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета, и используется следующая шкала оценивания: 2 – неудовлетворительно, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – отлично.

Критериями оценивания достижений показателей являются:

Наименование показателя оценивания результата обучения по дисциплине	Критерий оценивания
Знания	Знание терминов, определений, понятий
	Знание основных закономерностей, соотношений, принципов
	Объем освоенного материала
	Полнота ответов на вопросы
	Четкость изложения и интерпретации знаний
	основные принципы организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельность торговых предприятий автосервиса
	основные методы повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра
	статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов
	основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации
	методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения время ожидания клиента
	Умение
разрабатывать пути оптимизации управления закупками	
оценить 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	
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	
Владение	методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами
	компетенциями бережливой личности
	методиками оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса
	информацией 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			
	2	3	4	5
Знание терминов, определений, понятий	Не знает терминов и определений	Знает термины и определения, но допускает неточности формулировок	Знает термины и определения	Знает термины и определения, может корректно сформулировать их самостоятельно



Знание основных закономерностей, соотношений, принципов	Не знает основные закономерности и соотношения, принципы построения знаний	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, их интерпретирует и использует	Знает основные закономерности, соотношения, принципы построения знаний, может самостоятельно их получить и использовать
Объем освоенного материала	Не знает значительной части материала дисциплины	Знает только основной материал дисциплины, не усвоил его деталей	Знает материал дисциплины в достаточном объеме	Обладает твердым и полным знанием материала дисциплины, владеет дополнительными знаниями
Полнота ответов на вопросы	Не дает ответы на большинство вопросов	Дает неполные ответы на все вопросы	Дает ответы на вопросы, но не все - полные	Дает полные, развернутые ответы на поставленные вопросы
Четкость изложения и интерпретации знаний	Излагает знания без логической последовательности	Излагает знания с нарушениями в логической последовательности	Излагает знания без нарушений в логической последовательности	Излагает знания в логической последовательности, самостоятельно их интерпретируя и анализируя
	Не иллюстрирует изложение поясняющими схемами, рисунками и примерами	Выполняет поясняющие схемы и рисунки небрежно и с ошибками	Выполняет поясняющие рисунки и схемы корректно и понятно	Выполняет поясняющие рисунки и схемы точно и аккуратно, раскрывая полноту усвоенных знаний
	Неверно излагает и интерпретирует знания	Допускает неточности в изложении и интерпретации знаний	Грамотно и по существу излагает знания	Грамотно и точно излагает знания, делает самостоятельные выводы
Основные принципы организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельность торговых предприятий автосервиса	Не знает основные принципы организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельность торговых предприятий автосервиса	Знает основные принципы организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельность торговых предприятий автосервиса, но допускает неточности	Знает основные принципы организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельность торговых предприятий автосервиса	Знает основные принципы организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями с учетом нормативно-законодательной базы, регламентирующей деятельность торговых предприятий автосервиса, может корректно описать их самостоятельно
Основные методы повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра	Не знает основные методы повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра	Знает основные методы повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра, но допускает неточности	Знает основные методы повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра	Знает основные методы повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами дилерского центра, может корректно описать их самостоятельно
Статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов	Не знает статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов	Знает статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов, но допускает неточности	Знает статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов	Знает статистические и маркетинговые методы сбора, обработки, анализа и прогнозирования данных об удовлетворенности клиентов, может самостоятельно их выполнить
Основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации	Не знает основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации	Знает основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации, но допускает неточности	Знает основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации	Знает основные принципы дилерской деятельности, стратегии управления продажами и взаимодействие коммерческих служб организации, может самостоятельно их выполнить
Методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения времени ожидания клиента	Не знает методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения времени ожидания клиента	Знает методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения времени ожидания клиента, но допускает неточности	Знает методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения времени ожидания клиента	Знает методы оптимизации внутреннего пространства, ускорения обслуживания автомобиля, сокращения времени ожидания клиента, может самостоятельно их выполнить

### Оценка сформированности компетенций по показателю Умения.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
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	Умеет решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями, но допускает неточности	Умеет решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями	Свободно и самостоятельно умеет решать оперативные задачи планирования при организации торговли автомобилями, комплектующими и запасными частями
Разрабатывать пути оптимизации управления закупками	Не умеет разрабатывать пути оптимизации управления закупками	Умеет разрабатывать пути оптимизации управления закупками, но допускает неточности	Умеет разрабатывать пути оптимизации управления закупками	Свободно и самостоятельно умеет разрабатывать пути оптимизации управления закупками

Оценить торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента	Не умеет оценить торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента	Умеет оценить торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента, но допускает неточности	Умеет оценить торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента	Свободно и самостоятельно умеет оценить торговый ассортимент, предложить пути оптимизации торгового ассортимента с учетом потребности клиента
Получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы	Не умеет получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы	Умеет получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы, но допускает неточности	Умеет получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы	Свободно и самостоятельно умеет 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	Не умеет организовывать деятельность персонала с использованием принципов «Бережливое производство» и применять их на практике	Умеет организовывать деятельность персонала с использованием принципов «Бережливое производство» и применять их на практике, но допускает неточности	Умеет организовывать деятельность персонала с использованием принципов «Бережливое производство» и применять их на практике	Свободно и самостоятельно умеет организовывать деятельность персонала с использованием принципов «Бережливое производство» и применять их на практике
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	Умеет решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО, но допускает неточности	Умеет решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО	Свободно и самостоятельно умеет решать оперативные задачи планирования и управления при организации дилерской и торговой деятельности АС и ФО
Осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание	Не умеет осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание	Умеет осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание, но допускает неточности	Умеет осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание	Свободно и самостоятельно умеет осуществлять продажи и работу с клиентом, послепродажное обслуживание
организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности	Не умеет организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности	Умеет организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности, но допускает неточности	Умеет организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности	Свободно и самостоятельно умеет организовывать процесс реализации программ продвижения продукции по направлению деятельности

### Оценка сформированности компетенций по показателю Владение.

Критерий	Уровень освоения и оценка			
	2	3	4	5
Методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами	Не владеет методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами	Владеет методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами, но допускает неточности	Владеет методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами	Свободно владеет методиками оценки степени готовности компании к формированию системы стратегического управления продажами, может корректно описать их самостоятельно
Компетенциями бережливой личности	Не владеет компетенциями бережливой личности	Владеет компетенциями бережливой личности, но допускает неточности в процессе их применения	Владеет компетенциями бережливой личности	Свободно владеет компетенциями бережливой личности, может корректно описать их самостоятельно
Методиками оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса	Не владеет методиками оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса	Владеет методиками оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса, но допускает неточности	Владеет методиками оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса	Свободно владеет методиками оценки рыночной среды и проектирования структуры организации дилерской и торговой деятельности автосервиса, может корректно описать их самостоятельно
информацией о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции	Не владеет информацией о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции	Владеет информацией о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции, но допускает неточности	Владеет информацией о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции	Свободно владеет информацией о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции, может корректно представить ее 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 (УК №4 ауд. №423)	Специализированная мебель, мультимедийный проектор, переносной экран, ноутбук
2	Лаборатория имитационного моделирования рабочих процессов транспортных и технологических машин (УК №4 №112)	Специализированная мебель, 12 персональных компьютеров
3	Лаборатория технического творчества (УК №4 №0036)	Специализированная мебель, стенд для разборки-сборки редукторов мостов грузовых автомобилей, компрессор, домкрат гидравлический подкатной, установка для сбора отработанного масла, стенд для разборки пневматических аккумуляторов тормозной системы грузового автомобиля, стенд для разборки ДВС легковых автомобилей, стенд для разборки ДВС грузовых автомобилей, стенд для разборки-сборки КПП грузовых автомобилей
4	Учебно-производственная лаборатория по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств БГТУ им. В.Г. Шухова	Подъемник 2х стоечный; стенд «сход-развал»; набор инструментов; стапель для правки кузовов автомобилей; набор съемников масляных фильтров; сканер систем автомобиля; мотортестер USB 2; газоанализатор 2-х компонентный.; устройство промывки форсунок «Эко клин»; набор для измерения давления топлива; компрессометр для бензиновых двигателей; маслооткачивающий аппарат; стробоскоп; набор инструмента; пуско-зарядное устройство
5	Центр инжиниринга наземного транспорта (УК №7 №13)	Транспортные средства: ВАЗ 2107, ВАЗ 2105, болид проекта «Формула студент», болид проекта «Формула Баха»

### 6.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

№	Перечень лицензионного программного обеспечения.	Реквизиты подтверждающего документа
1	Microsoft Windows 7	Соглашения Microsoft Open Value Subscription V6328633 от 02.10.2017 Договора поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 от 06.10.2017
2	Microsoft Office 2013	Соглашения Microsoft Open Value Subscription V6328633 от 02.10.2017

		Договора поставки ПО 0326100004117000038-0003147-01 06.10.2017 от
3	КонсультантПлюс	Лицензионный договор № 22-15к от 01.06.2015
4	Google Chrome	согласно условиям лицензионного соглашения
5	Свободно распространяемое ПО	согласно условиям лицензионного соглашения
6	AutoCAD	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.

### **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. : АСАДЕМА, 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)

### **Перечень интернет ресурсов**

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

## 7. УТВЕРЖДЕНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Рабочая программа утверждена на 20\_\_\_\_ /20\_\_\_\_ учебный год  
без изменений / с изменениями, дополнениями.

Протокол № \_\_\_\_ заседания кафедры от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ И.А. Новиков  
подпись, ФИО

Директор института \_\_\_\_\_ И.А. Новиков  
подпись, ФИО