Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 07.07.2026 09:48:37
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
И.о. декана
_____ /М.Р. Рыбакова/
«26» февраля 2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы дилерской и торговой деятельности»

Направление подготовки

23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства

Профиль подготовки (образовательная программа)

Автомобили и автомобильный сервис

Квалификация (степень) выпускника

Специалист

Форма обучения

Очная, заочная

Москва - 2026

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки специалистов **23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства.**

Программа утверждена на заседании кафедры "Наземные транспортные средства" «24» января 2026 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой,
д.т.н., профессор  А.В. Келлер

Содержание

1. Цели освоения дисциплины. 3

2. Место дисциплины в структуре ООП специалитета 3

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы. 4

4. Структура и содержание дисциплины. 5

5. Образовательные технологии. 8

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. 9

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины. 14

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины. 15

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 16

1. Цели освоения дисциплины.

К **основным целям** освоения дисциплины «Основы дилерской и торговой деятельности» следует отнести:

- Формирование у студентов устойчивых теоретических и практических знаний в области эффективной организации дилерской и торговой деятельности предприятий автосервиса.
- Повышение качества подготовки студентов в области современного автомобильного бизнеса.

К **основным задачам** освоения дисциплины «Основы дилерской и торговой деятельности» следует отнести:

- Ознакомление студентов с историей развития автомобильной отрасли на примере трёх инновационных бизнес-моделей в автомобильной отрасли.
- Доведения до студентов специфики структуры современного автомобильного рынка России и перспектив его развития.
- Ознакомление студентов с особенностями взаимодействия дистрибьюторов и дилеров в автомобильной отрасли России.
- Ознакомление студентов с юридическими аспектами деятельности дилерского центра.
- Ознакомление студентов со структурой дилерского центра и принципами взаимодействия между его структурными подразделениями.
- Формирование у студентов понимания базовых бизнес-процессов: продажи новых и подержанных автомобилей, послепродажного обслуживания, хранения и поставки запасных частей и аксессуаров, оценки качества обслуживания.
- Ознакомление студентов с основными финансовыми отчётами и методами оценки эффективности дилерского центра.
- Формирование у студентов понимания методов финансового обоснования решений, используемых при составлении бюджета торговой организации.

2. Место дисциплины в структуре ООП специалитета

Дисциплина «Основы дилерской и торговой деятельности» относится к дисциплинам блока (Б1) части, формируемой участниками образовательных отношений, основной образовательной программы специалитета. Базовые знания, которыми должен обладать студент после изучения дисциплины «Основы дилерской и торговой деятельности» призваны способствовать освоению дисциплин, направленных на формирование профессиональных знаний и умений. Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ООП в блоке (Б1):

- Менеджмент.
- Экономика и управление предприятием.
- Техническая эксплуатация автомобилей.

- Система управления отношениями с клиентами.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины у обучающихся формируются следующие компетенции и должны быть достигнуты следующие результаты обучения как этап формирования соответствующих компетенций:

Код компетенции	**В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
ПК-4 Организовывает разработку бизнес-процессов оказания потребителям услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов и формирования фирменной сервисной сети	ИПК-4.1 Разрабатывает и внедряет документацию, регламентирующую работу сервисного центра; ИПК-4.2 Внедряет новые технологии при оказании услуг по ТО и ремонту АТС и их компонентов; ИПК-4.3 Осуществляет внедрение проектов по автоматизации системы управления сервисным центром.	**знать:** • основные инновационные бизнес-модели в автомобильной отрасли; • структуру современного автомобильного рынка России; • профиль дилера; • базовые бизнес-процессы продажи новых и подержанных автомобилей, послепродажного обслуживания, систему хранения и поставки запасных частей и аксессуаров; • системы оценки качества обслуживания клиентов; • нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; • критерии эффективности бизнеса: производительность, рентабельность, управление денежными потоками, оборачиваемость; • основные финансовые отчёты и методы оценки эффективности деятельности дилерского центра; **уметь:** • находить и анализировать статистические данные по различным сегментам автомобильного рынка России; • рассчитывать параметры управления запасом склада; • рассчитывать показатели системы оценки качества обслуживания клиентов;

		• рассчитывать собственные оборотные средства и коэффициенты рентабельности, ликвидности, оборачиваемости и производительности; • производить анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли»; • проводить экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках дилерского центра; • распределять работы по соответствующим направлениям ремонта (в зависимости от заказа-наряда); **владеть:** • навыками финансового анализа деятельности дилерского центра; • профессиональной терминологией.

4. Структура и содержание дисциплины.

Очная форма.

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетных единицы, т.е. **144** академических часа (из них 72 часа – самостоятельная работа студентов).

На пятом курсе в **девятом** семестре выделяется **4** зачетные единицы, т.е. **144** академических часа (из них 72 часа – самостоятельная работа студентов).

Разделы дисциплины «Основы дилерской и торговой деятельности» изучаются на пятом курсе.

Девятый семестр: лекции – 2 часа в неделю (36 часов), практические занятия– 2 часа в неделю (36 часов), форма контроля –зачет.

Заочная форма.

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетных единицы, т.е. **144** академических часа (из них 128 часов – самостоятельная работа студентов).

На шестом курсе в **одиннадцатом** семестре выделяется **4** зачетные единицы, т.е. **144** академических часа (из них 128 часов – самостоятельная работа студентов).

Разделы дисциплины «Основы дилерской и торговой деятельности» изучаются на пятом курсе.

Одиннадцатый семестр: лекции – 8 часов, практические занятия – 8 часов, форма контроля –зачет.

Структура и содержание дисциплины «Основы дилерской и торговой деятельности» по срокам и видам работы отражены в Приложении 1.

Содержание разделов дисциплины.

Введение

Предмет, задачи и содержание дисциплины. Структура курса, его место и роль в подготовке специалиста.

Инновационные бизнес-модели в автомобильной отрасли.

История развития автомобильной отрасли на примере трёх инновационных бизнес-моделей: модель компании Ford, модель компании General Motors, модель компании Toyota.

Структура автомобильного рынка России.

Автомобильный рынок России: уровень автомобилизации населения, концентрация рынка, сегментация рынка и соотношение первичного и вторичного рынков автомобилей.

Ключевые факторы, оказывающие влияние на развитие автомобильного рынка России в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Взаимодействие дистрибьюторов и дилеров в автомобильной отрасли России.

Дистрибьюторы и дилеры: функции, стандарты и модели взаимодействия.

Документирование отношений с дилерами: дилерские соглашения, положение о дистрибуции, кодекс поведения АЕБ.

Планирование дистрибьюторами дилерских продаж и схемы вознаграждения дилеров.

Регулярная оценка деятельности дилеров дистрибьюторами.

Построение моно- и мульти- брендовых дилерских сетей, их структура и особенности на примере некоторых компаний на автомобильном рынке России: ООО «РОЛЬФ», автомобильный холдинг MAJOR, ООО «СП БИЗНЕС КАР».

Юридические аспекты деятельности дилерского центра.

Нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность дилерского центра: «Федеральный Закон о защите прав потребителей», «Правила продажи отдельных видов товаров», «Правила оказания услуг по ТО и ремонту автотранспортных средств».

Взаимодействие дилерского центра с контролирующими органами государственной власти.

Профиль и организационная структура дилерского центра.

Профиль дилерского центра в России: структура выручки, коэффициент покрытия, средняя рентабельность и срок окупаемости.

Организационная структура дилерского центра. Функции и обязанности основных отделов: отдел продаж автомобилей, отдел послепродажного обслуживания, склад запасных частей, отдел продаж автомобилей с пробегом, клиентская служба.

Организация розничной и оптовой систем продаж автомобилей.

Основные факторы, влияющие на динамику продаж автомобилей. Воронка продаж автомобилей.

Система ценообразования. Планы продаж. Скидки и специальные предложения.

Процесс передачи автомобиля клиенту: заказ, поставка, хранение, предпродажная подготовка и выдача автомобиля.

Документооборот процесса продажи автомобиля.

Организация послепродажного обслуживания автомобилей.

Розничные и оптовые продажи запасных частей и аксессуаров.

Процесс приёма, обслуживания и выдачи автомобиля. Организация мойки автомобиля. Ремонтная зона: кузовной и слесарный цеха, используемое оборудование, визуализация и загрузка.

Гарантийное обслуживание автомобилей. Сервисные кампании.

Взаимодействие со страховыми компаниями.

Взаимодействие с субподрядными организациями.

Документооборот процесса послепродажного обслуживания автомобилей.

Формирование цен на запасные части и работы.

Основные производственные и финансовые показатели в послепродажном обслуживании.

Организация хранения и поставки запасных частей и аксессуаров.

Понятие и методы управления запасом склада. Концепция Just - in - time (методы MAX-MAX и Heijunka) как составная часть управления запасом склада.

Разработка складской политики. Адресное хранение запасных частей.

Основные параметры склада: ширина и глубина.

Расчет среднемесячного спроса и его колебаний.

Понятия периодичности заказов, стандартного срока поставки, дополнительного "безопасного запаса на увеличение срока поставки и дополнительного "безопасного" запаса на превышение спроса относительно среднего.

Расчет безопасного запаса на превышение спроса на основе процента удовлетворения максимального спроса.

Основные оценочные показатели состояния склада: себестоимость склада, линейный уровень обслуживания заказчика запчастями и уровень обслуживания заказчика запчастями по заказ - нарядам.

Организация приёма и продажи автомобилей с пробегом.

Основные факторы, влияющие на динамику продаж автомобилей с пробегом.

Три основные схемы взаимодействия с клиентами: выкуп автомобиля с пробегом, реализация автомобиля с пробегом, Trade In.

Оценка рыночной стоимости автомобиля с пробегом. Планы приёма и продаж автомобилей с пробегом. Скидки и специальные предложения.

Подготовка автомобиля перед передачей клиенту.

Документооборот процесса приёма и продажи автомобилей с пробегом.

Организация системы оценки качества обслуживания в дилерском центре.

Система оценки качества обслуживания клиентов. Основные показатели качества обслуживания клиентов: уровень удовлетворённости клиента, индекс клиентской рекомендации и индекс удержания. Расчёт основных показателей.

Способы сбора данных: Follow-up, «тайный покупатель» и сбор информации с использованием сети Интернет.

Управление качеством обслуживания. Контроль над качеством обслуживания.

Основные финансовые отчёты и концепции.

Бизнес цели автомобильной компании, Z подход. Три вида решений, принимаемых менеджерами. Оборот денежных средств в компании.

Основные показатели компании: доход, прибыль, чистый оборот денежных средств. Виды доходов и расходов. Виды и цели отчётности: финансовый, управленческий и налоговый учёт.

Основные финансовые отчёты, их подобия и различия. Балансовый отчёт дилерского центра. Понятие амортизации. Затраты компании на продукт и на период. Отчёт о прибылях и убытках дилерского центра. Денежный поток от операционной деятельности (EBITDA) и методы его повышения.

Оценка эффективности автомобильного бизнеса.

Критерии эффективности бизнеса: рентабельность, производительность, управление денежными средствами, оборачиваемость.

Финансовое обоснование решений.

Механизм поведения затрат: прямые и косвенные расходы. Анализ безубыточности: расчёт точки безубыточности, концепция маржинальной прибыли, определение минимальной цены.

Бюджетирование: Функции основного бюджета и методики его подготовки.

5. Образовательные технологии.

Методика преподавания дисциплины «Основы дилерской и торговой деятельности» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает использование следующих активных и интерактивных форм проведения: групповых, индивидуальных, аудиторных занятий в сочетании с

внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся:

- Написание эссе на заданную тему.
- Подготовка, представление и обсуждение презентаций на семинарских занятиях.
- Проведение деловых игр.
- Организация и проведение текущего контроля знаний студентов в форме опросов и тестирований.
- Решение и разбор бизнес-ситуаций методом ситуационного анализа.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

В девятом семестре:

- Эссе на тему: «Дилерские центры в 2026-ого года».
- Презентации по теме: «Строение дилерской сети на примере компании N» (по индивидуальному заданию для каждого обучающегося).
- Проверочная работа по теме: «Расчёт основных производственных и финансовых показателей сервиса».
- Проверочная работа по теме: «Проверка юридической чистоты автомобиля и/или клиента по известным данным».
- Кейсы на проверку знаний «Закона о защите прав потребителей».
- Промежуточные контрольные тестирования.
- Проверочная работа по теме: «Расчёт среднемесячного показателя спроса».
- Проверочная работа по теме: «Управление запасом склада».
- Проверочная работа по теме: «Анализ ликвидности бухгалтерского баланса компании»
- Проверочная работа по теме: «Экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках компании»
- Итоговое контрольное тестирование.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.
В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
ПК-4	Организовывает разработку бизнес-процессов оказания потребителям услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов и формирования фирменной сервисной сети

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплины, практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины, описание шкал оценивания.

Показателем оценивания компетенций на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине.

ПК-1 Организовывает разработку бизнес-процессов оказания потребителям услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов и формирования фирменной сервисной сети

Показатель	Критерии оценивания			
	2	3	4	5
знать: Основные инновационные бизнес-модели в автомобильной отрасли. Структуру современного автомобильного рынка России. Профиль дилера. Базовые бизнес-процессы продажи новых и подержанных автомобилей, послепродажн	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: история развития автомобильной отрасли, автомобильный рынок России, уровень автомобилизации населения, концентрация рынка, сегментация рынка и соотношение первичного и вторичного рынков автомобилей, профиль дилера,	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: история развития автомобильной отрасли, автомобильный рынок России, уровень автомобилизации населения, концентрация рынка, сегментация рынка и соотношение первичного и вторичного рынков автомобилей, профиль дилера, базовые бизнес-процессы продажи новых и	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: история развития автомобильной отрасли, автомобильный рынок России, уровень автомобилизации населения, концентрация рынка, сегментация рынка и соотношение первичного и вторичного рынков автомобилей, профиль дилера, базовые бизнес-процессы	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: история развития автомобильной отрасли, автомобильный рынок России, уровень автомобилизации населения, концентрация рынка, сегментация рынка и соотношение первичного и вторичного рынков автомобилей,

ого обслуживания, хранения и поставки запасных частей и аксессуаров. Системы оценки качества обслуживания клиентов; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя. Критерии эффективности бизнеса: производительность, рентабельность, управление денежными потоками, оборачиваемость. Основные финансовые отчёты и методы оценки эффективности деятельности дилерского центра.	базовые бизнес-процессы продажи новых и подержанных автомобилей, послепродажного обслуживания, хранения и поставки запасных частей и аксессуаров, оценки качества обслуживания; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; систем оценки качества обслуживания клиентов; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; критерии эффективности бизнеса: производительность, рентабельность, управление денежными потоками, оборачиваемость; основные финансовые отчёты и методы оценки эффективности деятельности дилерского центра	подержанных автомобилей, послепродажного обслуживания, хранения и поставки запасных частей и аксессуаров, оценки качества обслуживания; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; систем оценки качества обслуживания клиентов; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; критерии эффективности бизнеса: производительность, рентабельность, управление денежными потоками, оборачиваемость; основные финансовые отчёты и методы оценки эффективности деятельности дилерского центра. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность знаний, по ряду показателей.	продажи новых и подержанных автомобилей, послепродажного обслуживания, хранения и поставки запасных частей и аксессуаров, оценки качества обслуживания; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; систем оценки качества обслуживания клиентов; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; критерии эффективности бизнеса: производительность, рентабельность, управление денежными потоками, оборачиваемость; основные финансовые отчёты и методы оценки эффективности деятельности дилерского центра. Допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	профиль дилера, базовые бизнес-процессы продажи новых и подержанных автомобилей, послепродажного обслуживания, хранения и поставки запасных частей и аксессуаров, оценки качества обслуживания; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; систем оценки качества обслуживания клиентов; нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; критерии эффективности бизнеса: производительность, рентабельность, управление денежными потоками, оборачиваемость; основные финансовые отчёты и методы оценки эффективности деятельности дилерского центра, свободно оперирует приобретенными знаниями.

уметь: Находить и анализировать статистические данные по различным сегментам автомобильного рынка России. Рассчитывать параметры управления запасом склада. Рассчитывать показатели систем оценки качества обслуживания клиентов. Рассчитывать собственные оборотные средства и коэффициенты рентабельности, ликвидности, оборачиваемости и производительности. Производить анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли». Проводить экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет находить и анализировать статистические данные по различным сегментам автомобильного рынка России, рассчитывать параметры управления запасом склада, рассчитывать показатели систем оценки качества обслуживания клиентов, рассчитывать собственные оборотные средства и коэффициенты рентабельности, ликвидности, оборачиваемости и производительности, производить анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли»; проводить экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках дилерского центра, распределять работы по соответствующим	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: находить и анализировать статистические данные по различным сегментам автомобильного рынка России, рассчитывать параметры управления запасом склада, рассчитывать показатели систем оценки качества обслуживания клиентов, рассчитывать собственные оборотные средства и коэффициенты рентабельности, ликвидности, оборачиваемости и производительности, производить анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли»; проводить экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках дилерского центра, распределять работы по соответствующим направлениям ремонта (в зависимости от заказа-наряда). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений, по ряду показателей, обучающийся	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: находить и анализировать статистические данные по различным сегментам автомобильного рынка России, рассчитывать параметры управления запасом склада, рассчитывать показатели систем оценки качества обслуживания клиентов, рассчитывать собственные оборотные средства и коэффициенты рентабельности, ликвидности, оборачиваемости и производительности, производить анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли»; проводить экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках дилерского центра, распределять работы по соответствующим направлениям ремонта (в зависимости от заказа-наряда). Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: находить и анализировать статистические данные по различным сегментам автомобильного рынка России, рассчитывать параметры управления запасом склада, рассчитывать показатели систем оценки качества обслуживания клиентов, рассчитывать собственные оборотные средства и коэффициенты рентабельности, ликвидности, оборачиваемости и производительности, производить анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли»; проводить экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках дилерского центра, распределять работы по соответствующим направлениям ремонта (в

дилерского центра. Распределять работы по соответствующим направлениям ремонта (в зависимости от заказа-наряда).	направлениям ремонта (в зависимости от заказа-наряда).	испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	зависимости от заказа-наряда). Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
владеть: Профессиональной терминологией. Навыками финансового анализа деятельности дилерского центра.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет профессиональной терминологией, навыками финансового анализа деятельности дилерского центра.	Обучающийся владеет профессиональной терминологией, навыками финансового анализа деятельности дилерского центра в неполном объеме, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей,	Обучающийся частично владеет профессиональной терминологией, навыками финансового анализа деятельности дилерского центра, навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет профессиональной терминологией, навыками финансового анализа деятельности дилерского центра, свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено» или «незачтено».

Шкала оценивания	**Описание**

Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.

а) основная литература:

1. Виноградская, Н.А. Основы предпринимательства : учебное пособие / Н.А. Виноградская, Ю.Н. Райков, О.О. Скрябин. — Москва : МИСИС, 2005. — 160 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/117416 (дата обращения: 26.11.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) дополнительная литература:

1. Костыгова, Л.А. Экономика фирмы : учебник / Л.А. Костыгова. — Москва : МИСИС, 2019. — 188 с. — ISBN 978-5-907061-49-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань» : [сайт]. — URL: https://e.lanbook.com/book/129029 (дата обращения: 26.11.2019). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

в) программное обеспечение и интернет-ресурсы:

1. Аналитическое агентство АВТОСТАТ (http://www.autostat.ru/).
2. Ассоциация Европейского Бизнеса на сайте Ассоциации автомобильных дилеров России (http://www.asroad.org/stat/aeb/).
3. Аудиторскаякомпания Price Waterhouse Coopers (http://www.pwc.ru/ru/automotive/index.jhtml).

г) рекомендуемая литература:

1. Тайити Оно Производственная система Тойоты. Пер. с англ. / 3-е изд., перераб. и доп. - М.:Институт Комплексных стратегических исследований,

2008. - 208 с.
2. Волгин В.В. Энциклопедия автобизнеса. Секреты дилеров М.: Ось-89, 2009, 832 с.
3. Джеффри Лайкер и Девид Майер Практика Дао Тойота Руководство по внедрению принципов менеджмента Toyota Пер. с англ. 3-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008
4. Форд Генри Моя жизнь, мои достижения Пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 304 с.
5. Пол Инграссия Падение титанов сага о «форде», «крайслере», «дженерал моторс» и упущенных возможностях Пер. с англ. М.: Карьера Пресс, 2012.

г) Электронные образовательные ресурсы:

Часть 1
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=12811
Часть 2
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=7495

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

Учебная аудитория, оснащенная проектором.

Приложение 2 к

рабочей программе

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 23.05.01НАЗЕМНЫЕ ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА

ОП (профиль): «Автомобили и автомобильный сервис»

Форма обучения: очная, заочная

Кафедра: Наземные транспортные средства

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Основы дилерской и торговой деятельности

Составители:

А.В. Корнеев

Москва, 2026

Таблица 1

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Основы дилерской и торговой деятельности					
ФГОС ВО **23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства** Образовательная программа: **Автомобили и автомобильный сервис**					
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие **профессиональные компетенции**:					
КОМПЕТЕНЦИИ		**Перечень компонентов**	**Технология формирования компетенций**	**Форма оценочного средства****	**Степени уровней освоения компетенций**
индекс	**формулировка**				
ПК–4	Организовывает разработку бизнес-процессов оказания потребителям услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств и их компонентов и формирования фирменной сервисной сети	**знать:** • основные инновационные бизнес-модели в автомобильной отрасли; • структуру современного автомобильного рынка России; • профиль дилера; • базовые бизнес-процессы продажи новых и подержанных автомобилей, послепродажного обслуживания, систему хранения и поставки запасных частей и аксессуаров; • системы оценки качества обслуживания клиентов; • нормативно-правовые акты, регламентирующие взаимоотношения дилерского центра и потребителя; • критерии эффективности	лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия	УО, З	**Базовый уровень** - способен использовать знания в стандартных учебных ситуациях **Повышенный уровень** - способен демонстрировать высокий уровень умений и навыков в ситуациях повышенной сложности.

		бизнеса: производительность, рентабельность, управление денежными потоками, оборачиваемость; • основные финансовые отчёты и методы оценки эффективности деятельности дилерского центра; **уметь:** • находить и анализировать статистические данные по различным сегментам автомобильного рынка России; • рассчитывать параметры управления запасом склада; • рассчитывать показатели системы оценки качества обслуживания клиентов; • рассчитывать собственные оборотные средства и коэффициенты рентабельности, ликвидности, оборачиваемости и производительности; • производить анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли»; • проводить экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках дилерского центра; • распределять работы по соответствующим направлениям ремонта (в зависимости от			

		заказа-наряда); **владеть:** • навыками финансового анализа деятельности дилерского центра; • профессиональной терминологией.			

**- Сокращения форм оценочных средств см. в приложении 2 к РП.

Приложение 2
к рабочей программе

Перечень оценочных средств по дисциплине «Основы дилерской и торговой деятельности»

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Зачет	Средство проведения промежуточной аттестации по результатам выполнения всех видов учебной работы в течении семестра с проставлением оценки «зачтено» или «не зачтено»	Перечень вопросов к зачету
2	Устный опрос, собеседование, (УО)	Средство контроля, организованное как специальная беседа педагогического работника с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины

Перечень вопросов к зачету (ПК–4)

1. Инновационные модели в автобизнесе: теоретические основы успеха компании FORD.
2. Инновационные модели в автобизнесе: теоретические основы успеха компании GENERALMOTORS.
3. Инновационные модели в автобизнесе: теоретические основы успеха компании TOYOTA.
4. Функции дистрибьютора.
5. Дистрибьюторский договор. Практика применения на территории РФ.
6. Функции и деятельность автомобильного комитета Ассоциации Европейского Бизнеса (АЕВ). Кодекс поведения АЕВ.
7. Дилерский договор (соглашение). Функции дилера.
8. Функции и цели Ассоциации российских автомобильных дилеров (РОАД)
9. Закон Российской Федерации «О Защите прав потребителей».

10. Правила продажи отдельных видов товаров. Перечень неисправностей и условий, при которых запрещается эксплуатация транспортных средств.
11. Организационная структура автомобильного холдинга.
12. Цели, функции и организационная структура Отдела продажи автомобилей.
13. Основные производственные и финансовые показатели Отдела продажи автомобилей.
14. Воронка продаж.
15. Этапы продажи автомобиля.
16. Цели, функции и организационная структура Отдела послепродажного обслуживания.
17. 7-этапная процедура обслуживания автомобиля.
18. Основные производственные и финансовые показатели Отдела послепродажного обслуживания.
19. Цели, функции и организационная структура Отдела продажи автомобилей с пробегом.
20. Основные мировые тенденции в бизнесе по продаже автомобилей с пробегом.
21. Приём автомобиля с пробегом: оценка рыночной стоимости и проверка юридической чистоты.
22. Продажа, подготовка и выдача автомобиля с пробегом.
23. Цели, задачи и организационная структура Отдела клиентских отношений.
24. Основные показатели качества обслуживания клиентов.
25. Follow-up. Виды оповещений клиентов.
26. Бережливое производство: система организации и рационализации рабочего места (5 S).
27. 7 принципов складирования.
28. Цели инвестора. Основные направления инвестирования.
29. Сбалансированная система показателей: бизнес цели (Z подход).
30. Оборот денежных средств.
31. Основные принципы и методы бухгалтерского учета.
32. Основные финансовые показатели, связанные с деятельностью компании.
33. Виды доходов и расходов.
34. Элементы финансовых отчётов. Основные финансовые отчёты.
35. Понятие активов и пассивов. Балансовый отчёт, формула построения.
36. Отчет о прибылях и убытках.
37. Критерии эффективности бизнеса.
38. Производительность.

39. Виды рентабельности: рентабельность продаж (ROS), рентабельность активов (ROA), рентабельность собственного капитала (ROE), рентабельность капитала (ROIC).
40. Понятие оборачиваемости. Цикл оборота денежных средств. Период оборота дебиторской задолженности.
41. Оборачиваемость товарно-материальных запасов.
42. Оборачиваемость активов.
43. Управление денежными потоками. Текущий и быстрый коэффициент ликвидности.
44. Финансовый анализ, его возможности и ограничения.
45. Типы и механизм поведения затрат. Виды затрат.
46. Анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли» CVPAnalysis (Cost – Volume – Profit).
47. Концепция маржинальной прибыли.
48. Процессы стратегического менеджмента.
49. Функции и методики подготовки основного бюджета.
50. Анализ отклонений бюджета.

Приложение 3

Пример экзаменационных билетов по курсу «Основы дилерской и торговой деятельности»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯРОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет ТРАНСПОРТНЫЙ, кафедра «Наземные транспортные средства»
Дисциплина «Основы дилерской и торговой деятельности»
Направление 23.05.01 «Наземные транспортно-технологические средства»
Курс 2, семестр 6,7

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7.

1. Приём автомобиля с пробегом: оценка рыночной стоимости и проверка юридической чистоты.
2. Сбалансированная система показателей: бизнес цели (Z подход).

Приложение 1.

Структура и содержание дисциплины «Основы дилерской и торговой деятельности» по направлению подготовки
23.05.01 Наземные транспортно-технологические средства
(специалист)

Очная форма

n/n	Раздел	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах					Виды самостоятельной работы студентов					Формы аттестации	
				Л	П/С	Лаб	СРС	КСР	К.Р.	К.П.	РГР	Реферат	К/р	Э	З
	Девятый семестр														
1.1	**Введение. Основные термины и определения.**	**9**	**1**	**2**			**4**					+			
1.2	**Инновационные бизнес-модели в автомобильной отрасли.** Модель компании Ford.	**9**	**1**	**2**											
1.3	Модель компании General Motors, модель компании Toyota.	9	2	2											
1.4	**Структура автомобильного рынка России.** Автомобильный рынок России: уровень автомобилизации населения, концентрация рынка, сегментация рынка и соотношение первичного и вторичного рынков автомобилей.	**9**	**2**	**2**											
1.5	Ключевые факторы, оказывающие влияние на развитие	9	3	2			6					+			

	автомобильного рынка России в краткосрочной и долгосрочной перспективе.														
1.6	**Взаимодействие дистрибьюторов и дилеров в автомобильной отрасли России.** Дистрибьюторы и дилеры: функции, стандарты и модели взаимодействия.	**9**	**3**	**2**											
1.7	Документирование отношений с дилерами: дилерские соглашения, положение о дистрибуции, кодекс поведения АЕБ. Планирование дистрибьюторами дилерских продаж и схемы вознаграждения дилеров. Регулярная оценка деятельности дилеров дистрибьюторами.	9	4	1			6					+			
1.8	Построение моно и мульти брендовых дилерских сетей, их структура и особенности на примере некоторых компаний на автомобильном рынке России	**9**	4		3		6					+			
1.9	Промежуточное контрольное тестирование	9	5		3										
1.10	**Юридические аспекты деятельности дилерского центра.** Нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность дилерского центра: «Федеральный Закон о защите прав потребителей».	**9**	**5**	**1**											

1.11	«Правила продажи отдельных видов товаров», «Правила оказания услуг по ТО и ремонту автотранспортных средств». Взаимодействие дилерского центра с контролирующими органами государственной власти.	9	6	1			6					+			
1.12	Вопросы на проверку знаний «Закона о защите прав потребителей».	9	6		3										
1.13	**Профиль и организационная структура дилерского центра.** Профиль дилерского центра в России: структура выручки, коэффициент покрытия, средняя рентабельность и срок окупаемости. Организационная структура дилерского центра. Функции и обязанности основных отделов: отдел продаж автомобилей, отдел послепродажного обслуживания, склад запасных частей, отдел продаж автомобилей с пробегом, клиентская служба.	**9**	**7**	**1**											
1.14	**Организация розничной и оптовой систем продаж автомобилей.** Основные факторы, влияющие на динамику продаж автомобилей. Воронка продаж автомобилей. Система ценообразования. Планы продаж. Скидки и специальные	**9**	**7**	**1**											

	предложения. Процесс передачи автомобиля клиенту: заказ, поставка, хранение, предпродажная подготовка и выдача автомобиля. Документооборот процесса продажи автомобиля.														
1.15	**Организация послепродажного обслуживания автомобилей.** Розничные и оптовые продажи запасных частей и аксессуаров. Процесс приёма, обслуживания и выдачи автомобиля. Организация мойки автомобиля. Ремонтная зона: кузовной и слесарный цеха, используемое оборудование, визуализация и загрузка. Гарантийное обслуживание автомобилей. Сервисные кампании. Взаимодействие со страховыми компаниями. Взаимодействие с субподрядными организациями. Документооборот процесса послепродажного обслуживания автомобилей. Формирование цен на запасные части и работы. Основные производственные и финансовые показатели в послепродажном обслуживании.	**9**	**8**	**1**											
1.16	Семинарское занятие «Расчёт	9	8		3		8								

	основных производственных и финансовых показателей сервиса».														
1.17	Экскурсия в Дилерский Центр.	9	9		3										
1.18	Промежуточное контрольное тестирование	9	9		3										
2.1	**Организация хранения и поставки запасных частей и аксессуаров.** Понятие и методы управления запасом склада. Концепция Just - in - time (методы MAX-MAX и Heijunka) как составная часть управления запасом склада. Разработка складской политики. Адресное хранение запасных частей. Основные параметры склада: ширина и глубина. Расчет среднемесячного спроса и его колебаний. Понятия периодичности заказов, стандартного срока поставки, дополнительного "безопасного запаса на увеличение срока поставки и дополнительного "безопасного" запаса на превышение спроса относительно среднего.	**9**	**10**	**2**											
2.2	Семинарское занятие «Расчёт среднемесячного показателя спроса».	9	10		3		4								
2.3	Расчет безопасного запаса на превышение спроса на основе	9	11	2											

	процента удовлетворения максимального спроса. Основные оценочные показатели состояния склада: себестоимость склада, линейный уровень обслуживания заказчика запчастями и уровень обслуживания заказчика запчастями по заказ - нарядам.														
2.4	Семинарское занятие «Управление запасом склада».	9	11		3		8								
2.5	**Организация приёма и продажи автомобилей с пробегом.** Основные факторы, влияющие на динамику продаж автомобилей с пробегом. Три основные схемы взаимодействия с клиентами: выкуп автомобиля с пробегом, реализация автомобиля с пробегом, Trade In.	**9**	**12**	**2**											
2.6	Оценка рыночной стоимости автомобиля с пробегом. Планы приёма и продаж автомобилей с пробегом. Скидки и специальные предложения. Подготовка автомобиля перед передачей клиенту. Документооборот процесса приёма и продажи автомобилей с пробегом.	9	12	2								+			
2.7	**Организация системы оценки качества обслуживания в**	**9**	**13**	**2**								**+**			

	дилерском центре. Система оценки качества обслуживания клиентов. Основные показатели качества обслуживания клиентов: уровень удовлетворённости клиента, индекс клиентской рекомендации и индекс удержания. Расчёт основных показателей. Способы сбора данных: Follow-up, «тайный покупатель» и сбор информации с использованием сети Интернет. Управление качеством обслуживания. Контроль над качеством обслуживания.														
2.8	**Основные финансовые отчёты и концепции.** Бизнес цели автомобильной компании, Z подход. Три вида решений, принимаемых менеджерами. Оборот денежных средств в компании.	**9**	**13**	**2**											
2.9	Основные показатели компании: доход, прибыль, чистый оборот денежных средств. Виды доходов и расходов. Виды и цели отчётности: финансовый, управленческий и налоговый учёт.	9	14	1								+			
2.10	Основные финансовые отчёты, их подобия и различия. Балансовый отчёт дилерского центра. Понятие амортизации. Затраты компании	9	14	1											

	на продукт и на период. Отчёт о прибылях и убытках дилерского центра.														
2.11	Денежный поток от операционной деятельности (EBITDA) и методы его повышения. Анализ ликвидности бухгалтерского баланса компании	9	15	1								+			
2.12	Семинарское занятие «Анализ ликвидности бухгалтерского баланса компании»	9	15		3		8								
2.13	**Оценка эффективности автомобильного бизнеса.** Критерии эффективности бизнеса: рентабельность, производительность, управление денежными средствами, оборачиваемость. Экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках компании.	**9**	**16**	**1**											
2.14	Семинарское занятие«Экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках компании»	9	16		3		8								
2.15	**Финансовое обоснование решений.** Механизм поведения затрат: прямые и косвенные расходы. Анализ безубыточности: расчёт точки безубыточности, концепция маржинальной прибыли, определение минимальной цены.	**9**	**17**	**1**											

2.16	Семинарское занятие Анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли» CVP Analysis (Cost – Volume – Profit) на примере производственного предприятия.	9	17		3		8								
2.17	**Бюджетирование: Функции основного бюджета и методики его подготовки.**	**9**	**18**	**1**											
2.18	Итоговое контрольное тестирование.	9	18		3										
	Форма аттестации		**19-21**												З
	Всего часов по дисциплине в восьмом семестре			36	36		72					+			
	Всего часов по дисциплине в девятом семестре			36	36		72					+			

Заочная форма

n/n	**Раздел**	**Семестр**	**Неделя семестра**	**Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов, и трудоемкость в часах**					**Виды самостоятельной работы студентов**					**Формы аттестации**	
				Л	**П/С**	**Лаб**	**СРС**	**КСР**	**К.Р.**	**К.П.**	**РГР**	**Реферат**	**К/р**	**Э**	**З**
	Одиннадцатый семестр														
1.1	**Введение. Основные термины и определения.**	**11**	**1**	**0,25**			**8**					+			
1.2	**Инновационные бизнес-модели в автомобильной отрасли.** Модель компании Ford.	**11**	**1**	**0,25**											

1.3	Модель компании General Motors, модель компании Toyota.	11	2	0,25											
1.4	**Структура автомобильного рынка России.** Автомобильный рынок России: уровень автомобилизации населения, концентрация рынка, сегментация рынка и соотношение первичного и вторичного рынков автомобилей.	**11**	**2**	**0,25**											
1.5	Ключевые факторы, оказывающие влияние на развитие автомобильного рынка России в краткосрочной и долгосрочной перспективе.	11	3	0,25			12					+			
1.6	**Взаимодействие дистрибьюторов и дилеров в автомобильной отрасли России.** Дистрибьюторы и дилеры: функции, стандарты и модели взаимодействия.	**11**	**3**	**0,25**											
1.7	Документирование отношений с дилерами: дилерские соглашения, положение о дистрибуции, кодекс поведения АЕБ. Планирование дистрибьюторами дилерских продаж и схемы вознаграждения дилеров. Регулярная оценка деятельности дилеров дистрибьюторами.	11	4	0,5			12					+			
1.8	Построение моно и мульти брендовых дилерских сетей, их структура и особенности на	**11**	4		1,5		12					+			

	примере некоторых компаний на автомобильном рынке России														
1.9	Промежуточное контрольное тестирование	11	5		0,5										
1.10	**Юридические аспекты деятельности дилерского центра.** Нормативно-правовая база, регламентирующая деятельность дилерского центра: «Федеральный Закон о защите прав потребителей».	**11**	**5**	**0,75**											
1.11	«Правила продажи отдельных видов товаров», «Правила оказания услуг по ТО и ремонту автотранспортных средств». Взаимодействие дилерского центра с контролирующими органами государственной власти.	11	6	0,25			12					+			
1.12	Вопросы на проверку знаний «Закона о защите прав потребителей».	11	6		0,5										
1.13	**Профиль и организационная структура дилерского центра.** Профиль дилерского центра в России: структура выручки, коэффициент покрытия, средняя рентабельность и срок окупаемости. Организационная структура дилерского центра. Функции и обязанности основных отделов: отдел продаж автомобилей, отдел	**11**	**7**	**0,25**											

	послепродажного обслуживания, склад запасных частей, отдел продаж автомобилей с пробегом, клиентская служба.														
1.14	**Организация розничной и оптовой систем продаж автомобилей.** Основные факторы, влияющие на динамику продаж автомобилей. Воронка продаж автомобилей. Система ценообразования. Планы продаж. Скидки и специальные предложения. Процесс передачи автомобиля клиенту: заказ, поставка, хранение, предпродажная подготовка и выдача автомобиля. Документооборот процесса продажи автомобиля.	**11**	**7**	**0,25**											
1.15	**Организация послепродажного обслуживания автомобилей.** Розничные и оптовые продажи запасных частей и аксессуаров. Процесс приёма, обслуживания и выдачи автомобиля. Организация мойки автомобиля. Ремонтная зона: кузовной и слесарный цеха, используемое оборудование, визуализация и загрузка. Гарантийное обслуживание автомобилей. Сервисные кампании. Взаимодействие со страховыми	**11**	**8**	**0,75**	2,5										

	компаниями. Взаимодействие с субподрядными организациями. Документооборот процесса послепродажного обслуживания автомобилей. Формирование цен на запасные части и работы. Основные производственные и финансовые показатели в послепродажном обслуживании.														
1.16	Семинарское занятие «Расчёт основных производственных и финансовых показателей сервиса».	11	8		0,25		16								
1.17	Экскурсия в Дилерский Центр.	11	9		0,25										
1.18	Промежуточное контрольное тестирование	11	9												
2.1	**Организация хранения и поставки запасных частей и аксессуаров.** Понятие и методы управления запасом склада. Концепция Just - in - time (методы MAX-MAX и Heijunka) как составная часть управления запасом склада. Разработка складской политики. Адресное хранение запасных частей. Основные параметры склада: ширина и глубина. Расчет среднемесячного спроса и его колебаний. Понятия периодичности заказов,	**11**	**10**	**0,25**											

	стандартного срока поставки, дополнительного "безопасного запаса на увеличение срока поставки и дополнительного "безопасного" запаса на превышение спроса относительно среднего.														
2.2	Семинарское занятие «Расчёт среднемесячного показателя спроса».	11	10		0,25		8								
2.3	Расчет безопасного запаса на превышение спроса на основе процента удовлетворения максимального спроса. Основные оценочные показатели состояния склада: себестоимость склада, линейный уровень обслуживания заказчика запчастями и уровень обслуживания заказчика запчастями по заказ - нарядам.	11	11	0,25											
2.4	Семинарское занятие «Управление запасом склада».	11	11		0,25		16								
2.5	**Организация приёма и продажи автомобилей с пробегом.** Основные факторы, влияющие на динамику продаж автомобилей с пробегом. Три основные схемы взаимодействия с клиентами: выкуп автомобиля с пробегом, реализация автомобиля с пробегом, Trade In.	**11**	**12**	**0,25**											

2.6	Оценка рыночной стоимости автомобиля с пробегом. Планы приёма и продаж автомобилей с пробегом. Скидки и специальные предложения. Подготовка автомобиля перед передачей клиенту. Документооборот процесса приёма и продажи автомобилей с пробегом.	11	12	0,25								+			
2.7	**Организация системы оценки качества обслуживания в дилерском центре.** Система оценки качества обслуживания клиентов. Основные показатели качества обслуживания клиентов: уровень удовлетворённости клиента, индекс клиентской рекомендации и индекс удержания. Расчёт основных показателей. Способы сбора данных: Follow-up, «тайный покупатель» и сбор информации с использованием сети Интернет. Управление качеством обслуживания. Контроль над качеством обслуживания.	**11**	**13**	**0,25**								**+**			
2.8	**Основные финансовые отчёты и концепции.** Бизнес цели автомобильной компании, Z подход. Три вида решений, принимаемых	**11**	**13**	**0,25**											

	менеджерами. Оборот денежных средств в компании.														
2.9	Основные показатели компании: доход, прибыль, чистый оборот денежных средств. Виды доходов и расходов. Виды и цели отчётности: финансовый, управленческий и налоговый учёт.	11	14	0,25								+			
2.10	Основные финансовые отчёты, их подобия и различия. Балансовый отчёт дилерского центра. Понятие амортизации. Затраты компании на продукт и на период. Отчёт о прибылях и убытках дилерского центра.	11	14	0,25											
2.11	Денежный поток от операционной деятельности (EBITDA) и методы его повышения. Анализ ликвидности бухгалтерского баланса компании	11	15	0,25								+			
2.12	Семинарское занятие «Анализ ликвидности бухгалтерского баланса компании»	11	15		0,25		16								
2.13	**Оценка эффективности автомобильного бизнеса.** Критерии эффективности бизнеса: рентабельность, производительность, управление денежными средствами, оборачиваемость. Экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках компании.	**11**	**16**	**0,5**											

2.14	Семинарское занятие«Экспресс-анализ финансовых результатов по данным отчёта о прибылях и убытках компании»	11	16		0,25		6								
2.15	**Финансовое обоснование решений.** Механизм поведения затрат: прямые и косвенные расходы. Анализ безубыточности: расчёт точки безубыточности, концепция маржинальной прибыли, определение минимальной цены.	**11**	**17**	**0,5**											
2.16	Семинарское занятие Анализ взаимозависимости величины «затрат - объема производства продукции - прибыли» CVP Analysis (Cost – Volume – Profit) на примере производственного предприятия.	11	17		0,5		6								
2.17	**Бюджетирование: Функции основного бюджета и методики его подготовки.**	**11**	**18**	**0,5**											
2.18	Итоговое контрольное тестирование.	11	18		1										
	Форма аттестации		**19-21**												З
	Всего часов по дисциплине в одиннадцатом семестре			8	8		128					+			
	Всего часов по дисциплине			8	8		128					+			