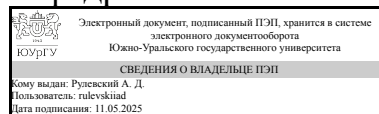


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



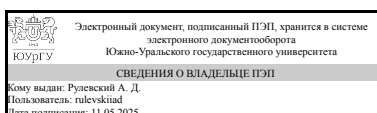
А. Д. Рулевский

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.12.01 Продажа автомобилей
для направления 23.03.02 Наземные транспортно-технологические комплексы
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Автомобили и автомобильные технологии
форма обучения очная
кафедра-разработчик Автомобили и автомобильный сервис

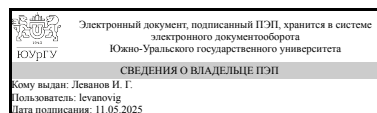
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 23.03.02 Наземные транспортно-технологические комплексы, утверждённым приказом Минобрнауки от 07.08.2020 № 915

Зав.кафедрой разработчика,
к.техн.н., доц.



А. Д. Рулевский

Разработчик программы,
д.техн.н., профессор



И. Г. Леванов

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: Ознакомление обучающихся с принципами и методами эффективности работы коммерческих предприятий, связанной с продажами автомобилей. Формирования системы знаний, навыков и умений, необходимых для ведения практической деятельности в области системной организации торговли автомобилями и их комплектующими. Развитие у обучающихся интереса к предпринимательству в сфере автомобильного бизнеса. Задачи дисциплины: - освоение нормативно - законодательной базы, регламентирующей деятельность предприятий, занимающихся продажами автомобилей; - изучение специфики организации реализации автомобилей; - обеспечение теоретической и практической подготовки обучающихся к практической деятельности в области менеджмента продаж автомобилей в условиях российского автомобильного рынка; - развитие у обучающихся стремления работать в автомобильном бизнесе.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина позволяет изучить организацию деятельности дилерских автосервисных предприятий, связанную с торговлей автомобилями, используемые методики и технологии. Основные разделы: понятия и особенности "первичного" и "вторичного" автомобильного рынка; системы продажи автомобилей; характерные типы потребительского поведения; организация работы по продажам новых автомобилей; организация работ по продажам автомобилей "с пробегом"; использование IT-технологий при продаже автомобилей; нормативно-правовая база, регламентирующая продажи автомобилей в РФ; требования производителей к предприятиям, осуществляющим продажи автомобилей (дилерам).

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 ПК-2 Способен осуществлять продажу транспортных средств и работать с клиентом, проводить послепродажное обслуживание	Знает: нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность по продажам автомобилей, принципы организации системы продажи автомобилей и основные этапы процесса продажи. Умеет: использовать открытые и закрытые вопросы для выявления потребностей клиента. Имеет практический опыт: общения с потребителем в процессе продажи автомобилей.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Гарантийная политика и ремонт автомобилей, Современный рынок автомобильной техники и запасных частей, Системы управления взаимоотношениями с клиентами	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Гарантийная политика и ремонт автомобилей	Знает: основные понятия гарантийного технического обслуживания и гарантийной политики, нормативно-техническую документацию, сопровождающую гарантийное обслуживание автомобилей. Умеет: работать документацией, связывать неисправности автомобиля с условиями эксплуатации, определять тип отказов. Имеет практический опыт: работы с рекламациями.
Современный рынок автомобильной техники и запасных частей	Знает: основные факторы, определяющие спрос на автомобильную технику. Умеет: выделять особенности конструкции конкретных образцов автомобильной техники, определяющие их конкурентные преимущества. Имеет практический опыт: анализа рынка автомобильной техники.
Системы управления взаимоотношениями с клиентами	Знает: основные категории и инструменты современного CRM, включая: связь удовлетворенности и лояльности клиентов с показателями деятельности компании, подходы к анализу и формированию клиентского опыта, характеристики поведения современных потребителей, стратегические аспекты CRM. Умеет: использовать полученные теоретические знания для проведения анализа (аудита) уровня развития отношений с клиентами, разработки рекомендаций при решении бизнес-задач в области CRM. Имеет практический опыт:

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 40,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	67,5	67,5

Подготовка к экзамену	37,5	37.5
Реферат с докладом-презентацией	30	30
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Введение	2	2	0	0
2	Структура рынка автомобилей: автомобильные дилеры, предприятия вторичного автомобильного рынка	4	2	2	0
3	Система продаж автомобилей, организация работы с клиентами, организация продаж новых автомобилей	10	4	6	0
4	Организация продаж автомобилей "с пробегом"	8	4	4	0
5	Требования к предприятиям дилерам по организации торговых помещений для продаж автомобилей	4	2	2	0
6	Нормативно-правовая база по проведению работ по продажам автомобилей	4	2	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол- во часов
1	1	Введение. Знакомство с дисциплиной, цели и задачи, "философия" продажи автомобилей, взаимосвязь продажи автомобилей с другими подразделениями дилерского центра.	2
2	2	Структура рынка автомобилей: автомобильные дилеры, предприятия вторичного автомобильного рынка.	2
3	3	Система продаж автомобилей, организация работы с клиентами, организация продаж новых автомобилей.	4
4	4	Организация продаж автомобилей "с пробегом"	4
5	5	Требования к предприятиям дилерам по организации торговых помещений для продаж автомобилей	2
6	6	Нормативно-правовая база по проведению работ по продажам автомобилей	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол- во часов
1	2	Структура рынка автомобилей: автомобильные дилеры, предприятия вторичного автомобильного рынка: общая структура автомобильного рынка, участники канала распределения новых автомобилей: производитель, официальный импортер, права и обязанности автомобильных дилеров.	2
2	3	Формирование клиентской базы. Технология общения с потребителем. Формы организации продаж новых отечественных и зарубежных автомобилей.	3
3	3	Основные этапы продаж автомобилей. Понятие "воронки продаж". Приветствие клиента. Выявление потребностей. Работа с возражениями.	3

		Презентация автомобиля. Завершение сделки. Поддержание отношений с клиентом после продажи автомобиля.	
4	4	Особенности организация продаж автомобилей "с пробегом", отличия в работе с клиентом.	4
5	5	Требования к размещению дилерских центров. Требования к планировке торгового зала. Размещение автомобилей и рабочих мест менеджеров отдела продаж.	2
6	6	Закон РФ "О защите прав потребителей". Правила продажи новых автомобилей и автомобилей "с пробегом". Права и обязанности продавца автомобилей.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к экзамену	1	8	37,5
Реферат с докладом-презентацией	1	8	30

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	8	Текущий контроль	Подготовка реферата (СРС)	1	5	Подготовка реферата осуществляется в рамках самостоятельной работы студентов. Студент выбирает тему из списка и готовит реферат. Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Реферат подготовлен, оформлен и тему - 5 баллов. Реферат подготовлен, оформлен, но частично отражает тему - 4 балла. Реферат не завершен, тема раскрыта фрагментарно - 2 балл. Реферат отсутствует - 0 баллов. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.	экзамен

						Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.	
2	8	Текущий контроль	Выступление с докладом с презентацией (СРС)	1	3	Выступление с докладом проходит в течении семестра. Студент готовит доклад с презентацией по выполненному реферату. Время, отведенное на выступление - не более 10 минут, включая ответы на вопросы аудитории. Выступление состоялось: уложился во временной регламент, подготовил презентацию - 3 балла. Выступление состоялось: не уложился во временной регламент, не подготовил презентацию - 2 балла. Выступление не состоялось, но презентация подготовлена - 1 балл. Не выступил и не подготовил презентацию - 0 баллов. Максимальное количество баллов – 3. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %	экзамен
3	8	Текущий контроль	Заполнение таблицы по теме: "Формирование клиентской базы"	1	3	Заполнено от 50% до 100% таблицы - 3 балла. Заполнено от 25% до 50% таблицы - 2 балла. Заполнено менее 25% таблицы - 1 балл. Заполнено 0% таблицы - 0 баллов.	экзамен
4	8	Текущий контроль	Заполнение таблицы по теме: "Приветствие клиента"	1	3	Заполнено от 50% до 100% таблицы - 3 балла. Заполнено от 25% до 50% таблицы - 2 балла. Заполнено менее 25% таблицы - 1 балл. Заполнено 0% таблицы - 0 баллов.	экзамен
5	8	Текущий контроль	Заполнение таблицы по теме: "Открытые вопросы клиенту"	1	3	Заполнено от 50% до 100% таблицы - 3 балла. Заполнено от 25% до 50% таблицы - 2 балла. Заполнено менее 25% таблицы - 1 балл. Заполнено 0% таблицы - 0 баллов.	экзамен
6	8	Промежуточная аттестация	Письменный опрос	-	6	Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос - 15 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу.	экзамен

					Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-2	Знает: нормативно-правовую базу, регламентирующую деятельность по продажам автомобилей, принципы организации системы продажи автомобилей и основные этапы процесса продажи.	+	+		+		+
ПК-2	Умеет: использовать открытые и закрытые вопросы для выявления потребностей клиента.	+		+		+	
ПК-2	Имеет практический опыт: общения с потребителем в процессе продажи автомобилей.		+				

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Автосервис : станции технического обслуживания автомобилей : учебник для вузов по специальности 100101 "Сервис" (специализация "Автосервис") / И. Э. Грибут и др. ; под ред. В. С. Шуплякова, Ю. П. Свириденко. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. - 476 с. : ил. .

б) дополнительная литература:

1. Волгин, В. В. Автосервис: Создание и сертификация Практик. пособие В. В. Волгин. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2006. - 618, [1] с.
2. Волгин, В. В. Автосервис: структура и персонал Практик. пособие В. В. Волгин. - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2006. - 709, [1] с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. 1. Бизнес: организация, стратегия, системы
2. 2. Е-менеджмент
3. 3. Карьера
4. 4. За рулем

5. 5. Автомобильный бизнес.
6. 6. Современное управление.

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Волгин В.В. Автосервис: Создание и сертификация. - М.: Дашков и К*, 2006.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Волгин В.В. Автосервис: Создание и сертификация. - М.: Дашков и К*, 2006.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	eLIBRARY.RU	Гусев, С. А. Организация процесса общения с потенциальными покупателями менеджера по продажам автосалона / С. А. Гусев // Вестник университета. – 2009. – № 21. – С. 52-60. https://elibrary.ru/item.asp?id=25975835

Перечень используемого программного обеспечения:

Нет

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары		Занятия проводятся в специализированной аудитории с мультимедийным комплексом и действующем торговом зале дилерского центра Nissan ООО "Регинас".