АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.7.2 УПРАВЛЕНИЕ ДИЛЕРСКИМ ЦЕНТРОМ

Автор: к.т.н., доцент М.С. Подольский

Код и наименование направления подготовки, профиля:

43.03.01 Сервис, «Сервис транспортных средств»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенцию в области организации работы по продвижению дилерского центра с использованием рекламы и средств коммуникации.

План курса:

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Подготовительные мероприятия по организации работы ДЦ	Планирование работ по организации ДЦ. Формирование требований к зонированию пространства. Планирование перспективного развития. Учет региональных факторов, виляющих на деятельность центра. Учет общих требований к стандартам, размерам и архитектуре здания ДЦ. Планирование срока деятельности и калькуляция затрат. Составление графика проведения работ. Поиск и переговоры с поставщиками и подрядчиками. Подготовка и утверждение проектной документации по организации ДЦ. Поиск и предварительная оценка участка (объекта) для организации ДЦ. Конфигурация участка. Планирование размещения основных объектов на территории участка. Поиск и переговоры со специалистами по проектированию, разработка и анализ концептуальных планов ДЦ, принятие решения по строительству (реконструкции) ДЦ. Разработка, согласование и утверждение проектной документации по строительству ДЦ. Учет корпоративных требований при организации ДЦ. Обязательные требования, возможность адаптации к территориальным особенностям объекта. Особенности корпоративной этики компании – продавца, производителя продукции и применение корпоративных стандартов деятельности при организации ДЦ. Порядок согласования документов и документооборота между ДЦ и Компанией. Размещение элементов корпоративной идентификации. Договор на оказание дилерских услуг. Основные разделы документа. Особенности договора. Обязанности продавца и обязанности дилера. Ответственность и финансовые

		взаимоотношения сторон.
2	Управление деятельностью ДЦ в современных условиях хозяйствования	Планирование деятельности ДЦ. Перечень услуг, предоставляемых ДЦ клиенту. Идентификация и стандартизация основных бизнес – процессов ведения деятельности. Применение корпоративных стандартов ведения бизнеса. Внедрение корпоративной культуры в деятельность ДЦ. Кодекс этики организации. Возможность применения и особенности действия на территории РФ. Автоматизация бизнес – процессов ДЦ. Возможность применения современных технологий ведения бизнеса. Система управления взаимоотношениями с клиентами и автоматизации продаж. Использование CRM system. Финансовые показатели деятельности ДЦ. Оптимизация финансовых потоков. Взаимодействие с финансовыми институтами и банками с целью продвижения продукции компании на российском рынке. Анализ деятельности ДЦ. Изучение деятельности ДЦ одного из ведущих производителей автомобилей в мире на территории РФ.
3	Управление персоналом ДЦ	Подбор персонала для работы в ДЦ. Подбор руководителей ДЦ на ключевые позиции управления. Ознакомление сотрудников с Кодексом этики и стандартами ведения бизнеса компании. Обеспечение соответствия сотрудников ДЦ имиджу Корпорации. Управление персоналом ДЦ. Формирование политики привлечения и удержания персонала. Разработка индивидуальных планов профессионального роста сотрудников. Обучение сотрудников. Стажировка сотрудников в других ДЦ и в бизнес – школах компании - продавца. Обеспечение мотивации деятельности и заинтересованности сотрудников в повышении уровня продаж ДЦ.
4	Управление клиентской базой ДЦ	Формирование клиентской базы ДЦ. Применение современных маркетинговых стратегий привлечения и удержания клиентов. Планирование затрат на маркетинговую и рекламную деятельность ДЦ. Применение современных технологий automotive retail. vAuto - инструмент мерчендайзига, определения цены и управления парком автомобилей с пробегом в режиме реального времени. AutoAlert -инструмент для управления портфолио клиента, возможность выявлять потенциальных клиентов, готовых обменять свой подержанный автомобиль на новый, эквивалентный старому, выявлять потенциальных клиентов компании – производителя. Возможность определять и предоставлять клиентам информацию о лучших потенциальных сделках, управлять автомобильным портфолио клиента. Использование механизма определения необходимости для клиента визита в дилерский центр. Система управления отношениями с клиентами DealerSocket и Autobase.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:

- опрос,
- реферат,
- дискуссия.

Экзамен проводится в письменной форме в виде опроса.

Основная литература:

1. Г.С. Абдикеримов. Логистическое управление грузовыми перевозками и терминально-складской деятельностью. Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2013. http://www.iprbookshop.ru/26814
2. В.М. Николашин. Координационно-логистические центры. Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2013. http://www.iprbookshop.ru/26810