

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 24.03.2026 13:44:47

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования

САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДЕНО

Исполнительным советом ФГАОУ ВО «СГЭУ»

Протокол № 7 от «25» 02 2026г.

И.о. ректора

Е.А. Кандрашина

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

### ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«Построение и развитие дилерской сети компании»

(наименование программы)

Самара 2026 г.

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

### 1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30 декабря 2001 г. N 197-ФЗ, статья 195.1.
2. Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об Образовании в Российской Федерации»;
3. Постановление Правительства РФ от 11 октября 2023 г. N 1678 «Об утверждении правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
4. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24 марта 2025 г. № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;
5. «Методические рекомендации по разработке основных профессиональных образовательных программ и дополнительных профессиональных программ с учетом соответствующих профессиональных стандартов» (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 № ДЛ-1/05вн);
6. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020г. № 952.;
7. Проект профессионального стандарта «Руководитель в организации» Министерства труда и социальной защиты РФ;
8. Профессиональный стандарт «Экономист предприятия», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 30 марта 2021г. № 161н. (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 апреля 2021г. г. N 63289);
9. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 года № 245 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);
10. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 (с изменениями и дополнениями от 04.02.2025);
11. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности (ОКВЭД2) ОК 029-2014 (Приказ Росстандарта от 10.11.2015 № 1745-ст);
12. Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования РФ № 885 и приказом Министерства просвещения РФ № 390 от 5 августа 2020г.;
13. Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский государственный экономический университет», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 4 марта 2021г. №159;
14. Иные нормативно-методические документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации и локальные нормативные акты университета.

Программа разработана на основе требований проекта профессионального стандарта «Руководитель в организации» Министерства труда и социальной защиты РФ от 2016 г.

Программа учитывает квалификационные требования: Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих. 4-е издание, дополненное (утв. постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. №37).

## 1.2. Цель реализации программы

Цель программы – сформировать у руководителей и владельцев бизнеса системное понимание стратегии развития дилерской сети, а также развить практические управленческие компетенции, необходимые для эффективного построения, масштабирования и контроля сбытовой структуры компании. В рамках обучения участники осваивают инструменты региональной политики, методы привлечения и мотивации партнеров, механизмы финансового моделирования и антидемпингового контроля, что позволит им профессионально управлять процессами развития дилерской сети, обеспечивать рост продаж и защиту бренда в условиях изменяющейся рыночной среды.

## 1.3. Планируемые результаты освоения программы

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы повышения квалификации «Построение и развитие дилерской сети компании», представлен в Приложении 1.

Выпускник программы «Построение и развитие дилерской сети компании» должен обладать следующими профессиональными компетенциями: (*компетенции топ-менеджмента*)

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
<b>Направленность (профиль), специализация Руководитель</b>				
<b>Тип задач профессиональной деятельности организационно-управленческий</b>				
Выполнение руководителями и специалистами среднего и высшего уровня квалификации эффективного выполнения менеджерами, подразделениями и командами.	Управленческие компетенции. Лидерство, стратегическое мышление, технологические компетенции, организаторские способности и собственная эффективность.	ПК 1. Способен Управлять организацией и ее развитием	ПК 1.1. Определение задач профессиональной деятельности, зон и сфер ответственности работников.  ПК 1.2. Организация функционирования (деятельности) команды менеджеров высшего звена управления.	Профстандарт «Руководитель в организации» Минтруда и социальной защиты РФ от 2016 года

Требования к результатам освоения программы, включая перечень осваиваемых профессиональных компетенций:

Знать	Уметь	Владеть
Принципы региональной дилерской политики, методы сегментации регионов, различия между эксклюзивной и мультидилерской моделями, критерии открытия региональных складов	Сегментировать регионы по приоритетности, определять оптимальную модель работы для каждого региона, формировать карту приоритетов развития сети	Методикой построения региональной карты приоритетов, навыком выбора оптимальной сбытовой политики в зависимости от типа региона
Воронку привлечения дилеров, критерии квалификации потенциальных партнеров, структуру финансовой модели запуска, типовые ошибки при подключении новых дилеров	Разрабатывать чек-лист квалификации партнера, просчитывать финансовую модель открытия точки, выявлять «красные флаги» на этапе переговоров	Навыком проведения собеседования и квалификации потенциального дилера, инструментами оценки рисков при запуске нового партнера

Знать	Уметь	Владеть
Принципы построения системы мотивации дилеров: базовая скидка, бонусы за КРІ, механизмы маркетинговой поддержки, антидемпинговые меры	Рассчитывать оптимальный уровень скидок, разрабатывать бонусную сетку за выполнение КРІ, выявлять случаи демпинга	Методикой формирования сбалансированной мотивационной схемы, инструментами контроля соблюдения РРЦ и антидемпинговой политики
Роль маркетплейсов в структуре рынка автокомпонентов, механизмы влияния маркетплейсов на ценообразование в регионах, риски для бренда и дилерской маржи	Анализировать ценовую ситуацию на маркетплейсах, выявлять демпинг со стороны дилеров, разрабатывать стратегии защиты маржинальности	Навыком разработки политики работы с маркетплейсами, инструментами контроля РРЦ и применения санкций к нарушителям
Систему КРІ для дилеров (оборот, маржа, дебиторская задолженность, оборачиваемость), принципы работы с CRM, методы ABC/XYZ-анализа	Анализировать отчетность дилеров, проводить ABC/XYZ-анализ ассортимента и клиентов, выявлять проблемных партнеров на ранней стадии	Навыком работы с CRM-системами, методикой проведения анализа эффективности дилеров, инструментами работы с проблемной дебиторской задолженностью
Принципы построения целевой модели сети на среднесрочную перспективу, критерии определения минимального оборота партнера, подходы к развитию складской инфраструктуры	Формировать прогноз развития сети до 2028 года, рассчитывать необходимое количество дилеров по регионам, определять потребность в складских мощностях	Методикой стратегического планирования развития дилерской сети, инструментами финансового моделирования сценариев роста
Структуру финансовой модели дилерской сети, принципы формирования бюджета развития, различия между сценариями роста (агрессивный, умеренный, консервативный)	Рассчитывать маржинальность по регионам, формировать бюджет развития сети на год, просчитывать различные сценарии роста	Навыками финансового планирования и бюджетирования, инструментами сценарного анализа развития бизнеса
Организационную модель управления сетью: функционал руководителя по развитию, задачи региональных менеджеров, КРІ управленческой команды	Распределять зоны ответственности внутри команды, разрабатывать КРІ для руководителей, выстраивать систему контроля соблюдения РРЦ	Навыком построения эффективной организационной структуры, инструментами мотивации управленческой команды
Этапы разработки стандартов и договоров, принципы масштабирования успешных практик, методы проведения аудита дилерской сети	Разрабатывать дорожную карту развития на 12 месяцев, проводить аудит текущего состояния сети, корректировать стратегию по результатам проверок	Навыком проектного управления, методикой внедрения изменений в дилерской сети, инструментами контроля исполнения задач

#### 1.4. Категория слушателей

К освоению программы повышения квалификации допускаются лица, имеющие или получающие высшее образование либо среднее профессиональное образование. Целевая аудитория программы - руководители и владельцы бизнеса, коммерческие директора, руководители отдела продаж, региональные менеджеры, специалисты по развитию дилерских сетей, а также функциональные менеджеры, отвечающие за взаимодействие с партнерами и сбытовую политику. Требования к стажу работы не предъявляются.

#### 1.5. Форма обучения.

Форма обучения - очная

### **1.6 Срок обучения**

Трудоемкость обучения – 22 ак. часа, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя. Общий срок обучения - 1 неделя. Занятия проводятся в формате тренинговых дней по 8 ак. часов и 6 ак. часов самостоятельной работы.

**1.7. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы -**  
удостоверение о повышении квалификации

**1.8. Структурное подразделение, реализующее программу**  
Высшая школа менеджмента

## 2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Наименование программы - «Построение и развитие дилерской сети компании»

Категория слушателей - лица, имеющие или получающие высшее образование /среднее специальное образование, функциональные менеджеры, специалисты, лица, заинтересованные в получении управленческих компетенций.

Объем программы 22 ак. часа

Форма обучения очная

Учебные дни	Название тем	Общая трудоемкость, час	Контактные часы, в т.ч.			Самост. работа, час
			всего	лекции	практ. занятия	
1 день (Практический тренинг)	Введение: • Цели развития дилерской сети • Анализ текущей ситуации • Определение ключевых проблем	2	1		1	1
	Региональная дилерская политика: • Сегментация регионов • Эксклюзив vs мультидилерская модель • Политика открытия складов • Формирование карты приоритетов	3	2	1	1	1
	Привлечение и запуск дилеров: • Воронка привлечения дилеров • Чек-лист квалификации партнера • Финансовая модель запуска • Ошибки при подключении дилеров	3	2	1	1	1
	Мотивация и лояльность дилеров: • Базовая скидка и бонусная система • Бонус за рост и выполнение KPI • Маркетинговая поддержка • Антидемпинговая политика • Формирование долгосрочной лояльности	1	1	1		
1 день (Практический тренинг)	Маркетплейсы как игрок рынка и ценовой риск: • Роль маркетплейсов на рынке автокомпонентов • Как маркетплейсы формируют ценовой ориентир в регионе • Демпинг со стороны дилеров через маркетплейсы • Риски для бренда и дилерской маржи • Политика контроля РРЦ и санкции за нарушение • Стратегии работы: ограничение SKU, отдельная ценовая политика, собственное присутствие	0,5	0,5	0,5		
	Контроль дилерской сети: • KPI дилеров (оборот, маржа, дебиторка, оборачиваемость) • CRM и отчетность • ABC/XYZ анализ • Работа с проблемными дилерами	1	1	0,5	0,5	
	Подведение итогов дня: • Формирование базовой модели дилерской политики • Подготовка вопросов к стратегической сессии	0,5	0,5		0,5	

Учебные дни	Название тем	Общая трудоемкость, час	Контактные часы, в т.ч.			Самост. работа, час
			всего	лекции	практ. занятия	
2 день (Стратегическая сессия)	Анализ текущего состояния: • География и количество дилеров • Обороты по регионам • Проблемные партнеры	2	1		1	1
	Целевая модель сети: • Количество дилеров по регионам • Политика эксклюзивности • Развитие складской инфраструктуры • Минимальный оборот для партнера	2	1		1	1
	Финансовая модель дилерской сети: • Структура скидок и бонусов • Маржинальность по регионам • Бюджет развития сети • Сценарии роста (агрессивный, умеренный, консервативный)	2	1		1	1
	Организационная модель управления: • Руководитель по развитию дилерской сети • Региональные менеджеры • КРІ руководителей • Контроль соблюдения РРЦ	2	2		2	
	План действий на 12 месяцев: • разработка стандартов и договоров • запуск регионов по проекту • масштабирование • аудит и корректировка	2	2		2	
	Утверждение решений: • Назначение ответственных • Фиксация КРІ и сроков	1	1		1	
	<b>Итого</b>	<b>22</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>6</b>

\* Иные виды учебных занятий и учебных работ: семинарские занятия, лабораторные работы, круглые столы, мастер-классы, мастерские, деловые игры, ролевые игры, тренинги, семинары по обмену опытом, выездные занятия, консультации и другие виды учебных занятий и учебных работ, определенные учебным планом.

### 3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Срок обучения по программе	Объем программы	Форма обучения	Начало учебных занятий	Количество занятий в неделю
1 неделя	22 часов	Очная	По мере комплектации группы	2 тренинговых дня по 8 часов

### 4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ ПРЕДМЕТОВ, КУРСОВ, ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

Наименование темы	Содержание обучения	Объем часов	Планируемые результаты обучения (код компетенции)
1. Введение	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Цели развития дилерской сети</li> <li>• Анализ текущей ситуации</li> <li>• Определение ключевых проблем</li> </ul>	2	<i>ПК-1</i>
2. Региональная дилерская политика	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сегментация регионов</li> <li>• Эксклюзив или мультидилерская модель</li> <li>• Политика открытия складов</li> <li>• Формирование карты приоритетов</li> </ul>	3	<i>ПК-1</i>
3. Привлечение и запуск дилеров	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Воронка привлечения дилеров</li> <li>• Чек-лист квалификации партнера</li> <li>• Финансовая модель запуска</li> <li>• Ошибки при подключении дилеров</li> </ul>	3	<i>ПК-1</i>
4. Мотивация и лояльность дилеров	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Базовая скидка и бонусная система</li> <li>• Бонус за рост и выполнение KPI</li> <li>• Маркетинговая поддержка</li> <li>• Антидемпинговая политика</li> <li>• Формирование долгосрочной лояльности</li> </ul>	1	<i>ПК-1</i>
5. Маркетплейсы как игрок рынка и ценовой риск	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Роль маркетплейсов на рынке автокомпонентов</li> <li>• Как маркетплейсы формируют ценовой ориентир в регионе</li> <li>• Демпинг со стороны дилеров через маркетплейсы</li> <li>• Риски для бренда и дилерской маржи</li> <li>• Политика контроля РРЦ и санкции за нарушение</li> <li>• Стратегии работы: ограничение SKU, отдельная ценовая политика, собственное присутствие</li> </ul>	0,5	<i>ПК-1</i>
6. Контроль дилерской сети	<ul style="list-style-type: none"> <li>• KPI дилеров (оборот, маржа, дебиторка, оборачиваемость)</li> <li>• CRM и отчетность</li> <li>• ABC/XYZ анализ</li> <li>• Работа с проблемными дилерами</li> </ul>	1	<i>ПК-1</i>
7. Подведение итогов дня	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Формирование базовой модели дилерской политики</li> <li>• Подготовка вопросов к стратегической сессии</li> </ul>	0,5	<i>ПК-1</i>
8. Анализ текущего состояния	<ul style="list-style-type: none"> <li>• География и количество дилеров</li> <li>• Обороты по регионам</li> <li>• Проблемные партнеры</li> </ul>	2	<i>ПК-1</i>

Наименование темы	Содержание обучения	Объем часов	Планируемые результаты обучения (код компетенции)
9. Целевая модель сети	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Количество дилеров по регионам</li> <li>• Политика эксклюзивности</li> <li>• Развитие складской инфраструктуры</li> <li>• Минимальный оборот для партнера</li> </ul>	2	ПК-1
10. Финансовая модель дилерской сети	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Структура скидок и бонусов</li> <li>• Маржинальность по регионам</li> <li>• Бюджет развития сети</li> <li>• Сценарии роста (агрессивный, умеренный, консервативный)</li> </ul>	2	ПК-1
11. Организационная модель управления	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Руководитель по развитию дилерской сети</li> <li>• Региональные менеджеры</li> <li>• КРІ руководителей</li> <li>• Контроль соблюдения РРЦ</li> </ul>	2	ПК-1
12. План действий на 12 месяцев	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработка стандартов и договоров</li> <li>• Запуск регионов по проекту</li> <li>• Масштабирование</li> <li>• Аудит и корректировка</li> </ul>	2	ПК-1
13. Утверждение решений	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Назначение ответственных</li> <li>• Фиксация КРІ и сроков</li> </ul>	1	ПК-1

## 5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

**Форма итоговой аттестации** - зачет в форме тестирования.

## 6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 6.1. Банк тестовых вопросов

По завершению обучения слушатели программы выполняют итоговый тест и получают дифференцированную оценку, банк примерных тестовых вопросов с ключами:

**1. Какой тип региональной дилерской политики предполагает наличие нескольких независимых дилеров одного бренда на одной территории?**

- а) Эксклюзивная модель
- б) Мультидилерская модель +
- в) Монобрендовая модель
- г) Франчайзинговая модель

**2. Что из перечисленного является основным критерием для открытия регионального склада компании?**

- а) Наличие офиса у дилера
- б) Оборот региона и логистическая доступность +
- в) Количество жителей в регионе
- г) Пожелания дилера

**3. На каком этапе воронки привлечения дилеров происходит проверка финансовой состоятельности потенциального партнера?**

- а) На этапе первичного контакта
- б) На этапе квалификации +
- в) На этапе подписания договора
- г) На этапе запуска

**4. Какой показатель НЕ является типичным KPI для оценки эффективности дилера?**

- а) Оборот
- б) Маржинальность
- в) Дебиторская задолженность
- г) Количество сотрудников дилера +

**5. Что такое антидемпинговая политика в контексте управления дилерской сетью?**

- а) Поощрение дилеров за низкие цены
- б) Система мер, предотвращающих необоснованное занижение цен дилерами +
- в) Запрет на продажу товаров ниже себестоимости производителя
- г) Обязательство дилеров продавать товар только по максимальной цене

**6. Какая стратегия работы с маркетплейсами позволяет минимизировать ценовые риски для дилерской сети?**

- а) Присутствие всех SKU на всех площадках
- б) Ограничение SKU и отдельная ценовая политика для маркетплейсов +
- в) Запрет дилерам торговать на маркетплейсах
- г) Демпинг со стороны производителя

**7. Какой метод анализа позволяет разделить дилеров или ассортимент на группы по вкладу в оборот?**

- а) SWOT-анализ
- б) XYZ-анализ
- в) ABC-анализ +
- г) PEST-анализ

**8. Что из перечисленного относится к «красным флагам» (факторам риска) при подключении нового дилера? (несколько вариантов)**

- а) Наличие опыта работы на рынке
- б) Отсутствие собственных оборотных средств +
- в) Непрозрачная структура бизнеса +
- г) Наличие современного сайта
- д) Судебные споры и долги в прошлом +

**9. Какой инструмент мотивации дилеров направлен на долгосрочное сотрудничество и партнерские отношения?**

- а) Разовый бонус за первый заказ
- б) Совместные маркетинговые активности и обучение +
- в) Минимальная базовая скидка
- г) Штрафы за невыполнение плана

**10. Какой сценарий роста дилерской сети предполагает максимальные инвестиции и минимальные сроки выхода на новые рынки?**

- а) Консервативный
- б) Умеренный
- в) Агрессивный +
- г) Стагнационный

- 11. Что такое РРЦ в контексте дилерской политики?**
- а) Региональный расчетный центр
  - б) Рекомендуемая розничная цена +
  - в) Реальный розничный чек
  - г) Резерв расходных материалов
- 12. Какое действие следует предпринять при выявлении систематического нарушения РРЦ дилером?**
- а) Поощрить дилера за высокие продажи
  - б) Снизить дилеру базовую скидку или применить санкции +
  - в) Опубликовать цены дилера как ориентир для других
  - г) Игнорировать, если продажи растут
- 13. Что является основной целью введения минимального оборота для партнера?**
- а) Увеличение количества дилеров
  - б) Отсев неэффективных и непрофильных партнеров +
  - в) Рост цен для конечного потребителя
  - г) Усложнение входа на рынок для новых игроков
- 14. Какой показатель характеризует скорость продажи товарных запасов дилера?**
- а) Маржинальность
  - б) Дебиторская задолженность
  - в) Оборачиваемость +
  - г) Товарный кредит
- 15. В каком разделе учебной программы рассматриваются вопросы борьбы с демпингом со стороны дилеров через онлайн-площадки?**
- а) Региональная дилерская политика
  - б) Мотивация и лояльность дилеров
  - в) Маркетплейсы как игрок рынка и ценовой риск +
  - г) Контроль дилерской сети
- 16. Какой организационной роли соответствует задача «контроль соблюдения РРЦ на закрепленной территории»?**
- а) Генеральный директор
  - б) Региональный менеджер +
  - в) Бухгалтер
  - г) Руководитель отдела закупок
- 17. Что из перечисленного является целью проведения ABC/XYZ-анализа в дилерской сети?**
- а) Определение среднего чека
  - б) Оптимизация ассортимента и управление товарными запасами +
  - в) Расчет заработной платы менеджеров
  - г) Оценка эффективности рекламной кампании

**18. Какая модель работы с дилером подразумевает, что производитель вкладывается в складскую инфраструктуру региона?**

- а) Эксклюзивная модель с поддержкой +
- б) Мультидилерская модель без поддержки
- в) Агентская модель
- г) Онлайн-торговля напрямую потребителю

**19. Расставьте правильную последовательность этапов плана действий на 12 месяцев:**

- а) Запуск регионов по проекту
- б) Разработка стандартов и договоров
- в) Масштабирование
- г) Аудит и корректировка

*Правильный ответ: б, а, в, г*

## 6.2. Критерии оценки результатов освоения программы

Критерии итоговой оценки после выполнения теста:

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
Слушателем выполнено более 85% тестовых заданий	Слушателем выполнено более от 70 до 85% тестовых заданий	Слушателем выполнено более от 50 до 70% тестовых заданий	Слушателем выполнено менее 50% тестовых заданий
Повышенный уровень		Пороговый уровень	Компетенции не сформированы

## 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

### 7.1. Материально-техническое обеспечение

Наименование аудиторий, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория 417Е	Лекции, практические занятия	Компьютер с доступом в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, доска, флипчарт. На практических занятиях слушатели работают в группах с канцелярскими принадлежностями (изолента, ножницы, кнопки, стикеры, маркеры и пр.)

### 7.2. Информационное обеспечение обучения

#### Основная литература:

1. Ролницки, К. Управление каналами дистрибуции. Настольная книга директора по продажам и маркетингу / К. Ролницки. - Москва : Добрая книга, 2006. - 368 с. - (Библиотека делового человека). - ISBN 5-98124-093-8. - Текст : непосредственный.

2. Наумов, В. Н. Управление взаимодействием в системе сбыта: теория, методология, стратегии : монография / В. Н. Наумов. - Санкт-Петербург : Политехника-сервис, 2011. - 292 с. - ISBN 978-5-905183-16-4. - Текст : непосредственный.

3. Файтс, Д. Сделайте своих дилеров партнерами / Д. Файтс // Построение цепочки создания стоимости «Managing the value chain»: пер. с англ. / ред. Л. Мордвинцева. - 2-е изд. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2009. - С. 158–185. - (Классика Harvard Business Review). - Текст : непосредственный.

4. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / Е. И. Мазилкина. - 2-е изд. - Саратов : Профобразование, 2024. - 232 с. - ISBN 978-5-4488-1922-3. - Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. - URL: <https://www.iprbookshop.ru/138133.html> (дата обращения: 01.03.2026).

5. Родионов, О. А. Методы повышения доли продаж бренда в портфеле дилерского предприятия / О. А. Родионов // Ученые записки Российской академии предпринимательства. - 2024. - Т. 23, № 4. - С. 42–49. - DOI 10.24182/2073-6258-2024-23-4-42-49. - URL: <https://www.scinotes.ru/jour/article/view/1088> (дата обращения: 01.03.2026). - Текст : электронный.

6. Поллак, Д. Скорость. От встречи клиента до заключения сделки : [перевод с английского] / Дейл Поллак. - Москва : Б-ка СМ.Expert : Короче, дилер, 2020. - 164 с. - ISBN 978-5-6045773-4-9. - Текст : непосредственный.

7. Создание эффективных дистрибьюторских сетей [Электронный ресурс]. - Москва : Равновесие, 2007. - (Бизнес-школа). - ISBN 4607068413887. - Текст : электронный.

8. Чернек, Р. Отдел финансовых услуг в XXI веке. Как уже сегодня увеличить прибыль и поднять лояльность клиента / Ребекка Чернек. - Текст : электронный // Короче, дилер : [сайт]. - URL: <https://koroche-dealer.ru/otdel-finansovyh-uslug-v-xxi-veke-kak-uzhe-segodnya-velichit-pribyl-i-podnyat-loyalnost-klienta-rebekka-chernek/> (дата обращения: 01.03.2026).

9. Дубовенко, С. Трансформация автомобильного дилерского бизнеса в 2025 году / С. Дубовенко. - Текст : электронный // РБК Компании : [сайт]. - 2025. - 11 июля. - URL: <https://companies.rbc.ru/news/WMVgFAbr5T/transformatsiya-avtomobilnogo-dilerskogo-biznesa-v-2025-godu/> (дата обращения: 01.03.2026).

#### **Дополнительная литература:**

10. Перминов, С. Построение розничных и дистрибьюторских сетей. Создание. Контроль и организация бизнеса / С. Перминов. - Москва : Питер, 2014. - 640 с. - ISBN 978-5-4461-0221-1. - Текст : непосредственный .

11. Файтс, Д. Сделайте своих дилеров партнерами / Д. Файтс // Построение цепочки создания стоимости = Managing the value chain : пер. с англ. / ред. Л. Мордвинцева. - 2-е изд. - Москва : Альпина Бизнес Букс, 2009. - С. 158–185. - (Классика Harvard Business Review). - Текст : непосредственный .

12. Аткинсон, Д. Все о продажах / Д. Аткинсон. - Москва : ФАИР-ПРЕСС, 2004. - 256 с. - (Настольная книга бизнесмена). - ISBN 5-8183-0734-2. - Текст : непосредственный .

13. Глубокий, С. В. Товаропроводящая сеть предприятия: эффективные решения по организации, маркетингу и менеджменту / С. В. Глубокий. - Минск : Изд-во Гревцова, 2008. - 375 с. - (Серия «Бизнес от А до Я»). - ISBN 978-985-6826-52-7. - Текст : непосредственный .

14. Инструменты автоматизации многоканальных продаж [Электронный ресурс] // 1С:Предприятие. - 2025. - 17 июня. - Режим доступа: <https://v8.1c.ru/metod/article/obshchaem-sya-s-klientami-i-prodaem-v-internete.htm> (дата обращения: 01.03.2026). - Текст : электронный .

15. Как продвигать товары на маркетплейсе: обзор инструментов и пример рекламной стратегии [Электронный ресурс] // Яндекс Маркет. - 2025. - 21 сент. - Режим доступа: <https://partner.market.yandex.ru/chtojournal/reklama-na-marketpleise/> (дата обращения: 01.03.2026). - Текст : электронный .

### 7.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Кадровое обеспечение образовательного процесса приводится в форме таблицы.

Сведения о научно-педагогических работниках (внешних совместителях), привлекаемых к реализации программы

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин (модулей)	Фамилия, имя, отчество, год рождения	Ученая степень, ученое звание	Стаж работы	Основное место работы, должность
1	Вводный блок: знакомство, ожидания	Римм Ксения Сергеевна, 16.12.1977 г.	-	27 лет	ООО «Лука», директор по стратегическому развитию холдинга
2	Региональная дилерская политика				
3	Привлечение и запуск дилеров				
4	Мотивация и лояльность дилеров				
5	Маркетплейсы как игрок рынка и ценовой риск				
6	Контроль дилерской сети				
7	Подведение итогов дня				
8	Анализ текущего состояния сети				
9	Целевая модель сети				
10	Финансовая модель дилерской сети				
11	Организационная модель управления				
12	План действий на 12 месяцев				
13	Утверждение решений				
14	Подведение итогов, итоговое тестирование				

### 8. СОСТАВИТЕЛИ ПРОГРАММЫ

Ванина Э.Г., директор Высшей школы менеджмента \_\_\_\_\_

Приложение 1

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника ППК «Построение и развитие дилерской сети компании»

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции			Код и наименование профессиональной компетенции выпускника
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации	
«Руководитель организации»	D	Управление организацией и ее развитием	7	Определение задач профессиональной деятельности, зон и сфер ответственности работников	D/02.7	7	ПК 1. Способен Управлять организацией и ее развитием, согласовать стратегию организации с различными заинтересованными сторонами, определить необходимость изменений в организации
				Организация функционирования (деятельности) команды менеджеров высшего звена управления	D/03.7	7	