

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 14.05.2026 10:18:26
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd7

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДЕНО
Ученым 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. № 197-ФЗ, статья 195.1.

2. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

3. Постановление Правительства РФ от 10.04.2023 N 580 «О разработке и утверждении профессиональных стандартов» (вместе с «Правилами разработки и утверждения профессиональных стандартов»).

4. Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов».

5. Приказ Минтруда России от 18.07.2024 N 359 «Об утверждении методических рекомендаций по разработке и актуализации профессионального стандарта».

6. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 26.08.2020 № 438 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения» (Зарегистрирован 11.09.2020 № 59784).

7. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования» (Зарегистрирован 21.09.2022 № 70167).

8. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам» (Зарегистрирован 22.04.2025 № 81928).

9. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (Зарегистрирован 13.08.2021 № 64644).

10. Приказ Минобрнауки России от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования».

11. Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации №266 от 24.03.2025 г. «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».

12. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации № 577н от 8 сентября 2020 г. «Об утверждении профессионального стандарта "Руководитель организации"».

1.2. Цель реализации программы

Целью программы повышения квалификации «**Построение и развитие дилерской сети компании**» является совершенствование компетенций у слушателей, необходимых для формирования системного понимания стратегии развития дилерской сети, а также развития практических управленческих компетенций, необходимых для эффективного построения, масштабирования и контроля сбытовой структуры компании. В рамках обучения слушатели 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.

В соответствии с поставленной целью в процессе обучения реализуются следующие задачи:

- Сформировать системное понимание стратегии регионального развития дилерской сети.
- Развить практические навыки привлечения, мотивации и контроля дилеров.
- Обеспечить освоение механизмов финансового моделирования и защиты бренда.

1.3. Планируемые результаты освоения программы

Процесс освоения программы дополнительного профессионального обучения «**Построение и развитие дилерской сети компании**» направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения.

Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ИПК
ПК 1. Способен Управлять организацией и ее развитием, согласовать стратегии организации с различными заинтересованными сторонами, определить необходимости и возможностей изменений в организации	ИПК-1.1 Знает принципы региональной дилерской политики, методы сегментации регионов, различия между эксклюзивной и мультидилерской моделями, критерии открытия региональных складов. Воронку привлечения дилеров, критерии квалификации потенциальных партнеров, структуру финансовой модели запуска, типовые ошибки при подключении новых дилеров
	ИПК 1.2 Умеет сегментировать регионы по приоритетности, определять оптимальную модель работы для каждого региона, формировать карту приоритетов развития сети. Разрабатывать чек-лист квалификации партнера, просчитывать финансовую модель открытия точки, выявлять «красные флаги» на этапе переговоров
	ИПК-1.3 Владеет методикой построения региональной карты приоритетов, навыком выбора оптимальной сбытовой политики в зависимости от типа региона. Навыком проведения собеседования и квалификации потенциального дилера, инструментами оценки рисков при запуске нового партнера

Ожидаемые результаты

В результате успешного освоения программы слушатели должны:

Знать:

- принципы построения системы мотивации дилеров: базовая скидка, бонусы за КРІ, механизмы маркетинговой поддержки, антидемпинговые меры;
- роль маркетплейсов в структуре рынка автокомпонентов, механизмы влияния маркетплейсов на ценообразование в регионах, риски для бренда и дилерской маржи;
- систему КРІ для дилеров (оборот, маржа, дебиторская задолженность, оборачиваемость), принципы работы с CRM, методы ABC/XYZ-анализа.

Уметь:

- рассчитывать оптимальный уровень скидок, разрабатывать бонусную сетку за выполнение крі, выявлять случаи демпинга;
- анализировать ценовую ситуацию на маркетплейсах, выявлять демпинг со стороны дилеров, разрабатывать стратегии защиты маржинальности;
- анализировать отчетность дилеров, проводить abc/xyz-анализ ассортимента и клиентов, выявлять проблемных партнеров на ранней стадии.

Владеть:

- методикой формирования сбалансированной мотивационной схемы, инструментами контроля соблюдения ррц и антидемпинговой политики;
- навыком разработки политики работы с маркетплейсами, инструментами контроля ррц и применения санкций к нарушителям;
- навыком работы с сgm-системами, методикой проведения анализа эффективности дилеров, инструментами работы с проблемной дебиторской задолженностью.

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.

1.4. Категория слушателей

К освоению дополнительной профессиональной программы повышения квалификации допускаются лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.5. Форма обучения.

Форма обучения очно-заочная с применением ДОТ.

1.6 Срок обучения

Трудоемкость обучения – **22** ак. часа, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя. Общий срок обучения – 1 неделя.

1.7. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы

- удостоверение о повышении квалификации установленного образца.

1.8. Структурное подразделение, реализующее программу - Высшая школа менеджмента

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Объем программы: 22 часа.

Форма обучения: очно-заочная с применением ДОТ.

Учебные дни	Наименование разделов, дисциплин (модулей)	Общая трудоемкость, час	Аудиторные занятия, в том числе			Самостоятельная работа, час
			лекции, час	практ. занятия, час	Иные виды учебных занятий*, час	
1 день (Практический тренинг)	Введение: <ul style="list-style-type: none"> • Цели развития дилерской сети • Анализ текущей ситуации • Определение ключевых проблем 	2		1		1
	Региональная дилерская политика: <ul style="list-style-type: none"> • Сегментация регионов • Эксклюзив vs мультидилерская модель • Политика открытия складов • Формирование карты приоритетов 	3	1	1		1
	Привлечение и запуск дилеров: <ul style="list-style-type: none"> • Воронка привлечения дилеров • Чек-лист квалификации партнера • Финансовая модель запуска • Ошибки при подключении дилеров 	3	1	1		1
	Мотивация и лояльность дилеров: <ul style="list-style-type: none"> • Базовая скидка и бонусная система • Бонус за рост и выполнение KPI • Маркетинговая поддержка • Антидемпинговая политика • Формирование долгосрочной лояльности 	1	1			

1 день (Практический тренинг)	<p>Маркетплейсы как игрок рынка и ценовой риск:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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			
	<p>Контроль дилерской сети:</p> <ul style="list-style-type: none"> • КРІ дилеров (оборот, маржа, дебиторка, оборачиваемость) • CRM и отчетность • ABC/XYZ анализ • Работа с проблемными дилерами 	1	0,5	0,5		
	<p>Подведение итогов дня:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Формирование базовой модели дилерской политики • Подготовка вопросов к стратегической сессии 	0,5		0,5		
2 день (Стратегическая сессия)	<p>Анализ текущего состояния:</p> <ul style="list-style-type: none"> • География и количество дилеров • Обороты по регионам • Проблемные партнеры 	2	1		1	1
	<p>Целевая модель сети:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Количество дилеров по регионам • Политика эксклюзивности • Развитие складской инфраструктуры • Минимальный оборот для партнера 	2	1		1	1
	<p>Финансовая модель дилерской сети:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Структура скидок и бонусов • Маржинальность по регионам • Бюджет развития сети • Сценарии роста (агрессивный, умеренный, консервативный) 	2	1		1	1
	<p>Организационная модель управления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Руководитель по развитию дилерской сети • Региональные менеджеры • КРІ руководителей • Контроль соблюдения РРЦ 	2	2		2	
	План действий на 12 месяцев:	2	2		2	

<ul style="list-style-type: none"> • разработка стандартов и договоров • запуск регионов по проекту • масштабирование • аудит и корректировка 					
Утверждение решений: <ul style="list-style-type: none"> • Назначение ответственных • Фиксация KPI и сроков 	1	1		1	
Итого	22	16	4	12	6

* 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	Окончание учебных занятий	Количество занятий в неделю
1 неделя	22 часов	Очно-заочная с применением ДОТ	В соответствии с утвержденным расписанием занятий	В соответствии с утвержденным расписанием занятий	В соответствии с утвержденным расписанием занятий

4. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Форма итоговой аттестации – тестирование.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Цель – оценить уровень усвоения знаний по программе.

Процедура: тестирование проводится с использованием «Системы управления обучением СГЭУ». Слушателям предлагается для ответа 20 вопросов по разделам программы, предполагающие выбор варианта ответа.

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

20. 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

5.1 Шкала и критерии тестирования

Минимальный ответ (% правильных ответов) и оценка 2	Изложенный раскрытый ответ (% правильных ответов) и оценка 3	Законченный, полный ответ (% правильных ответов) и оценка 4	Образцовый, достойный подражания ответ (% правильных ответов) и оценка 5
50% и менее	51-71%	72-92%	93-100%

6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

6.1 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.)

6.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература:

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2026. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18459-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582951>.

2. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582996>.

3. Литвинюк, А. А. Управление персоналом : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Литвинюк ; под редакцией А. А. Литвинюка. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 461 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-16151-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583720>.

4. Менеджмент : учебник для вузов / под общей редакцией А. Л. Гапоненко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17696-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582864>.

5. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. В. Кольшкина, С. А. Смирнова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 508 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18583-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586468>.

Дополнительная литература:

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

2. 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 .

3. 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).

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

5. 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 .

6. 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).

7. 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.

8. 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 .

9. 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.

10. 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.

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

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

13. 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.

14. 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

15. 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-uvelichit-pribyl-i-podnyat-loyalnost-klienta-rebekka-chernek/> (дата обращения: 01.03.2026).

6.3 Кадровое обеспечение образовательного процесса

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

Фамилия, имя, отчество, год рождения	Ученая степень, ученое звание	Стаж работы	Основное место работы, должность	Наименование разделов, дисциплин (модулей)
Римм Ксения Сергеевна	-	27 лет	ООО «Лука», директор по стратегическому развитию холдинга	Вводный блок: знакомство, ожидания
				Региональная дилерская политика
				Привлечение и запуск дилеров
				Мотивация и лояльность дилеров
				Маркетплейсы как игрок рынка и ценовой риск
				Контроль дилерской сети
				Подведение итогов дня
				Анализ текущего состояния сети
				Целевая модель сети
				Финансовая модель дилерской сети
				Организационная модель управления
				План действий на 12 месяцев
				Утверждение решений
Подведение итогов, итоговое тестирование				

7. СОСТАВИТЕЛЬ ПРОГРАММЫ

Ванина Э.Г. - директор Высшей школы менеджмента

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 стратегии организации с различными заинтересованными сторонами, определить необходимости и возможностей изменений в организации
				Организация функционирования (деятельности) команды менеджеров высшего звена управления	D/03.7	7	