

ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
«АВТОБОСС»



УТВЕРЖДАЮ
Генеральный директор ООО «Автобосс»
/ Т.В. Григорьева
Приказ № 10 от «22» августа 2023 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ
«Директор по маркетингу автодилера»
Срок реализации программы: 3 месяца
Трудоемкость: 53 часа

Автор-составитель:
Татьяна Викторовна Григорьева

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Образовательная программа дополнительного профессионального образования повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера» составлена в соответствии с нормативными правовыми актами и государственными программными документами:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации";

2. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 года N 366н «Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог»;

3. Приказ Минобрнауки России от 01.07.2013 № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»;

4. Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 N 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

5. Санитарно-эпидемиологические правила и нормы СанПин 2.4.3648-20 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи";

6. Методические рекомендации по реализации образовательных программ с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (Письмо Министерства просвещения Российской Федерации от 19.03.2020 № ГД-39/04).

7. Федеральный закон "О персональных данных" от 27.07.2006 N 152-ФЗ;

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера» разработана для реализации на базе ООО «Автобосс».

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Цель освоения — реализация программы повышения квалификации, это приобретение новых компетенций и практических навыков для профессиональной деятельности, направленной на управления репутацией бренда, личности, организации, создание комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями, анализ тематики площадок в социальных медиа, разработку методов и способов привлечения клиентов. А также освоение новых знаний и умений для выполнения трудовых функций, согласно профессиональному стандарту.

Программа повышения квалификации подготовлена преподавателями-специалистами, которые готовы поделиться своими знаниями и помочь освоить не только теоретическую, но и практическую специфику курса. Для комфортного обучения из любого города ООО «Автобосс» предоставляет возможность дистанционного обучения. Проходить курс повышения квалификации можно в любое удобное для вас время.

Задачи:

- Сбор и интерпретация информации
- Разработка косвенных и прямых коммуникаций
- Управление и оказание поддержки конкурентных товаров и услуг
- Сбор, синтез, анализ и доклад о данных измерений
- Управление информационными системами (МИС)
- Создание конкурентных операционных маркетинговых планов
- Создание конкурентных маркетинговых стратегий
- Планирование маркетинговых проектов и подготовка бюджетов
- Оценка видов деятельности с использование данных измерений и идентификация направлений усовершенствований
- Поддержание взаимоотношений с другими функциями и дисциплинами в рамках организации

1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ «ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ АВТОДИЛЕРА»

1.1 Общая характеристика программы

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера» разработана соответствии с требованиями профессионального стандарта 08.035 «Маркетолог».

Наименование вида профессиональной деятельности: Организация и управление маркетинговой деятельностью.

Основная цель вида профессиональной деятельности: Разработка и реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью.

СВЯЗЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СТАНДАРТОМ

Наименование программы	Наименование выбранного профессионального стандарта (одного или нескольких)	Уровень квалификации
Программа повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера»	08.035 «Маркетолог»	8

1.2 Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт

С		Управление маркетинговой деятельностью организации			
С	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Формирование маркетинговой стратегии организации	С/01.8	8
			Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	С/02.8	

Функциональная карта вида профессиональной деятельности

С/01.8 Формирование маркетинговой стратегии организации	
Трудовые действия	Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации
	Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации
	Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации
	Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организационной структур маркетинговой службы организации
Необходимые умения	Разрабатывать маркетинговую стратегию организации
	Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации
	Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации
	Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации
Необходимые знания	Методика проведения комплексного маркетингового исследования
	Особенности риск-менеджмента
	Инструменты бренд-менеджмента
	Принципы стратегического и оперативного планирования
	Методы и стратегии ценообразования
	Принципы логистики распределения и сбыта
Методы управления проектами	
Другие характеристики	-

С/02.8 Планирование и контроль маркетинговой деятельности организации	
Трудовые действия	Подготовка предложений и разработка планов по работе маркетинговой службы организации
	Согласование и реализация планов маркетинговой поддержки системы продаж в организации
	Согласование и реализация плана маркетинга организации
	Обеспечение развития маркетинговой службы организации
	Подготовка и защита отчетов о работе маркетинговой службы перед руководящими органами и лицами организации
	Обеспечение контроля маркетинговой деятельности организации
Необходимые умения	Планировать деятельность маркетинговой службы организации
	Планировать и разрабатывать бюджет реализуемых маркетинговых проектов
	Проводить оценку результативности маркетинговых программ
	Осуществлять контроль маркетинговой деятельности организации
Необходимые знания	Инструменты риск-менеджмента
	Методы управления бизнес-процессами
	Процесс управления знаниями в организации
	Методы и организационные возможности управления изменениями
	Методы управления проектами
	Законодательство Российской Федерации и международное право в области маркетинговой деятельности
Другие характеристики	-

1.3 Профессиональные компетенции

Компетенции обучающихся, развивающиеся в результате освоения дополнительной профессиональной программы повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера»:

ПК-1 знание основных этапов эволюции управленческой мысли (ПК-1);

ПК-2 способностью проектировать организационную структуру, осуществлять распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования (ПК2);

ПК-3 готовность к разработке процедур и методов контроля (ПК-3);

ПК-4 способность использовать основные теории мотивации, лидерства и власти для решения управленческих задач (ПК-4);

ПК-5 способность эффективно организовать групповую работу на основе знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды (ПК-5);

ПК-6 владение различными способами разрешения конфликтных ситуаций (ПК-6);

ПК-7 способность к анализу и проектированию межличностных, групповых и организационных коммуникаций (ПК-7);

ПК-8 способность оценивать условия и последствия принимаемых организационно управленческих решений (ПК-8);

ПК-9 способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений (ПК-9);

ПК-10 способность участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-10);

ПК-11 способность использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);

ПК-12 способность оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (ПК-12);

ПК-13 способность участвовать в разработке стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию (ПК-13);

ПК-14 владение современными технологиями управления персоналом (ПК-14);

ПК-15 готовность участвовать в разработке стратегии организации, используя инструментарий стратегического менеджмента (ПК-15);

ПК-16 способность учитывать аспекты корпоративной социальной ответственности при разработке и реализации стратегии организации (ПК-16);

ПК-17 готовность участвовать в реализации программы организационных изменений, способность преодолевать локальное сопротивление изменениям (ПК-17).

1.4 Планируемые результаты обучения

Планируемым результатом обучения является освоение как теоретических знаний, так и практических умений, и навыков, а также формирование у обучающихся ключевых компетенций – когнитивной, коммуникативной, информационной, социальной, креативной, ценностно-смысловой, личностного самосовершенствования.

В результате освоения Программы обучающиеся будут **знать**:

- Основы деловой коммуникации;
- Основы управления репутацией бренда, личности;
- Основы связей с общественностью;
- Принципы построения стратегии компании.

будут **уметь**:

- Работать с инструментами маркетолога;
- Анализировать конкурентную среду, разрабатывать стратегию продукта (компании), устанавливать ключевые показатели эффективности работы и разрабатывать схему их отслеживать;
- Проводить мониторинг и анализ инструментов по заданным условиям и анализировать результаты;
- Обоснованно реагировать на критику бренда или компании, рассматривая различные варианты развития ситуаций.

Владеть навыками:

анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций; оценки условия и последствия принимаемых организационно управленческих решений; разработки маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;

разработки стратегии управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;

владения современными технологиями управления персоналом.

1.5 Форма обучения, режим и продолжительность занятий

Форма обучения – с применением исключительно дистанционной формы обучения, с записанными видео-уроками и методическими материалами для самостоятельного изучения, а также возможность общения с педагогом через куратора.

Дистанционная форма обучения проводится средствами платформы Антитренинги в формате вебинаров. Обучающиеся получают возможность обсуждать свои вопросы с экспертами, выполнять тесты и задания, так же им предоставляется удаленный доступ к учебным материалам. Для работы в системе обучающемуся выделяется логин и пароль.

Категория обучающихся: программа повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера» предназначена для лиц, являющихся специалистами в области маркетинга и продаж различных направлений и с разным опытом работы. Программа полезна как руководителям, для

систематизации своих знаний, так и специалистам для получения новых знаний и практических навыков.

Возраст обучающихся: 18 +

Программа по виду образования – дополнительное образование

Подвид - дополнительное профессиональное образование (повышение квалификации)

Язык обучения – русский

Количество обучающихся в группе – неограниченно.

Форма организации занятий – индивидуально – групповая.

Продолжительность академического часа составляет 30 минут. Занятия с использованием компьютерной техники организуются в соответствии с гигиеническими требованиями к персональным электронно-вычислительным машинам и организации работы, занятия сокращаются на 10-15 минут.

Нормативный срок обучения - 53 часа

Продолжительность обучения – 3 месяца

Лицам, успешно освоившим дополнительную профессиональную программу повышения квалификации, со сроком освоения 53 академических часа, и прошедшим итоговую аттестацию, выдаётся удостоверение о повышении квалификации.

2. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

2.1 Учебный план дополнительного профессионального образования повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера»

№ п/п	Название разделов/модулей, тем	Коды профессиональных компетенций и трудовых функций	Количество часов			Формы контроля
			Теория	Практика	Всего	
1	Вводный урок. Входной контроль. Инструктаж по ТБ.	ПК 1 – ПК 17	1	3	4	Дневник трансформации
2	Тема 1. Предназначение и функции автодилерского маркетинга	ПК 1 – ПК 17	2	1	3	
3	Тема 2. Анализ собственной стратегии, позиционирование, ценностное предложение	ПК 9 – ПК 17	1	1	2	Проверка ДЗ
4	Тема 3. Анализ рынка	ПК 1 – ПК 9	1	1	2	Проверка ДЗ
5	Тема 4. Анализ конкурентов	ПК 1 – ПК 9	2	1	3	Проверка ДЗ
6	Тема 5. Планирование реализации маркетинговой стратегии	ПК 9 – ПК 17	2	1	3	Проверка ДЗ
7	Тема 6. Годовое, квартальное, ежемесячное планирование	ПК 9 – ПК 17	2	1	3	Проверка ДЗ
8	Тема 7. Оргструктура отдела маркетинга и ее связи со смежными подразделениями и подрядчиками. Оценка и подбор своей команды	ПК 1 – ПК 9	2	1	3	Проверка ДЗ
9	Тема 8. Регулярный менеджмент. Инструменты и подходы	ПК 1 – ПК 17	2	1	3	Проверка ДЗ
10	Тема 9. Организация работы со смежными подразделениями	ПК 1 – ПК 9	2	1	3	Проверка ДЗ
11	Тема 10. Организация работы с подрядчиками	ПК 9 – ПК 17	1	1	2	Проверка ДЗ
12	Тема 11. Как развивать авторитет и лидерскую культуру в команде	ПК 1 – ПК 9	2	1	3	Проверка ДЗ
13	Тема 12. Материальная и нематериальная мотивация	ПК 1 – ПК 9	1	1	2	Проверка ДЗ
14	Тема 13. Стили управления	ПК 1 – ПК 17	2	1	3	Проверка ДЗ
15	Тема 14. Инструменты, KPI, метрики	ПК 9 – ПК 17	2	1	3	Проверка ДЗ
16	Тема 15. Работа с отклонениями. Автоматизация контроля. Прогнозирование.	ПК 9 – ПК 17	2	1	3	Проверка ДЗ
17	Тема 16. Зачем нужна аналитика и как она помогает расти бизнесу	ПК 9 – ПК 17	1	1	2	Проверка ДЗ
18	Тема 17. Основные отчеты и на какие вопросы они помогают отвечать бизнесу	ПК 9 – ПК 17	1	1	2	Проверка ДЗ
	Видео-консультации	ПК 1 – ПК 17	3	-	3	-
	Итоговая аттестация	ПК 1 – ПК 17	-	1	1	Тестирование
	Итого	-	32	21	53	

3. СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа вариативна. Педагог может вносить изменения в содержания тем, дополнять практические занятия новыми приемами практического исполнения.

Тема 1. Предназначение и функции автодилерского маркетинга

Входной контроль (Приложение 1)

Теория: Зачем автодилеру нужен маркетинг? Как сформулировать для себя и компании роль маркетолога? Почему маркетинг - это продающая функция? Почему директор по маркетингу это «расстрельная» должность? Основные и поддерживающие функции маркетинга. Коммуникационная стратегия. Наследование функций маркетинга от дистрибьютора. Чего хочет дистрибьютор-дилер-клиент.

Практика: Ответьте на вопросы: Что полезного я узнал на этом уроке? Что я могу из этого применить на своем предприятии? Зачем, по Вашему мнению, автодилеру нужен маркетинг? Какие основные задачи отдела маркетинга в вашей компании?

Тема 2. Анализ собственной стратегии, позиционирование, ценностное предложение

Теория: Какие типы стратегий существуют? Примеры стратегий (взгляд со стороны). Характер стратегий. Какие типы стратегий существуют? Примеры ваших коллег. Ценности. Анализ собственной стратегии. Как от стратегии компании перейти к маркетинговой стратегии. Алгоритм создания маркетинговой стратегии. Позиционирование. Ценностное предложение. Тестирование ценностных предложений. Чувствительность клиентов к ценностному предложению.

Практика: Сформируйте позиционирование своей компании. Сравните позиционирование своей компании с компаниями-конкурентами. Какие преимущества и выгоды Вы можете выделить для своей компании?

Тема 3. Анализ рынка

Теория: 5 сил Портера, влияющих на развития бизнеса. Анализ рынка “соседей”. Анализ данных. Планы дистрибьюторов и ИТ гигантов.

Практика: Сформируйте таблицу оценки глобальных рисков на основе шаблона и предложите варианты их минимизации.

Тема 4. Анализ конкурентов

Теория: Откуда брать данные по рынку? Кто конкуренты? Запрос коммерческого предложения. Проверка через “Контур Фокус”. Вордстат. Данные дистрибьютора. Яндекс Полигоны. Тайный покупатель. Как обмениваться данными?

Практика: Сформировать матрицу конкурентов по 3-м направлениям (Новые/Сервис/Пробег)

Тема 5. Планирование реализации маркетинговой стратегии

Теория: Методы создания плана от стратегии. OKR. Сроки, деньги, люди, проекты. Как планировать бюджет на эксперименты? Согласование с директором или собственником. Принципы аргументации (чем “попробуем” отличается от “точно получится”). Как доводить проекты до конца. Управление ожиданиями по срокам, функциям и качеству продукта. MVP

Практика: Создать маркетинговую стратегию из стратегии компании. Дополнительно можно сделать таблицу OKR для себя и своих сотрудников

Тема 6. Годовое, квартальное, ежемесячное планирование

Теория: Каскадное планирование год-квартал-месяц с учётом стратегии, позиционирования и конкурентов. Планирование по лидерам рынка. Бенчмарки. KDI. Взять лучшее у каждого. Скользящее планирование. Корректировка планов. Методика и нюансы. Планирование "сверху вниз" и "снизу вверх". Вероятностное планирование

Практика: Проанализировать годовой/квартальный/месячный планы и дать свою оценку реалистичности. Собрать прототип плана на год.

Тема 7. Оргструктура отдела маркетинга, оценка и подбор своей команды

Теория: Связь между оргструктурой и стратегией. Оценка и подбор команды. Увольнение. Самобалансирующаяся структура. Профили (Хард/Софт скиллз). Связь между стратегией и профилем должности. Методы составления профилей должностей. Методы оценки. Калибровка шкалы

Практика: 1. Проанализируйте соответствие стратегии (верхнеуровневой цели) компании и оргструктуры отдела маркетинга

2. Оцените одного сотрудника своей компании по компетенциям (можно себя, если не боитесь). Напишите, какие баллы у Вас получились.

Тема 8. Регулярный менеджмент. Инструменты и подходы

Теория: Что такое “регулярный менеджмент”. От PDCA, через SMART до тайм-менеджмента.

Траектория развития сотрудника. Принципы эффективного делегирования - (право на ошибки. право на принятие решения). Методы контроля (скрины из почты). Год, месяц, день. KPI ежедневной деятельности (чем перекроемся, если отстаём). 10 что не так (найти отклонения и их изменить). Проектная деятельность vs регулярный менеджмент. Оценка сложности задачи/проекта и сроков. Скрам покер - Как правильно ставить задачи?

Практика: Напишите, какие из инструментов и подходов вы уже применяете у себя и какие будете применять в ближайшее время и каким образом

Тема 9. Организация работы со смежными подразделениями внутри компании

Теория: Функциональная матрица. SLA. Матрица ответственности. Как добиваться выполнения от ответственных. Как пересечь двойную сплошную между подразделениями?

Практика: Создайте прототип матрицы ответственности (между отделами) и функциональной SLA матрицы. Поговорите с руководителем другого подразделения на тему “что мешает им выполнять свою работу хорошо?” Поделитесь итогами и выводами этой встречи.

Тема 10. Организация работы с подрядчиками

Теория: Как эффективно выбирать подрядчиков? Критерии для матрицы подрядчиков. Чем SLA отличается от KPI? Как эффективно работать с подрядчиками? Что такое "револьверный метод"? Почему цена не единственный критерий выбора?

Практика: Составьте список подрядчиков отдела маркетинга в вашей компании. Создайте прототип матрицы подрядчиков по одному направлению

Тема 11. Как развивать авторитет и лидерскую культуру в команде

Теория: Концепция лидерства. Как воспитать лидера в себе и возможно ли это? Чем отличается лидер от босса? Разделение внутренних ролей (Пиджаки, колпаки). Как завоевать авторитет в компании и сделать так, чтобы к тебе прислушались

Практика: Выяснить, считает ли вас команда своим лидером. Протестировать себя на психотип и написать выводы. Сформировать план “становления”, если пока вы не лидер, или укрепления лидерских качеств, если вы уже лидер.

Тема 12. Материальная и нематериальная мотивация

Теория: Как мотивировать сотрудников? Зачем нужны встречи с сотрудниками и можно ли обойтись без них? О чём говорить со своими сотрудниками при встречах 1-1. Почему важна ваша реальная заинтересованность в жизни и судьбе своего сотрудника?

Практика: Проверьте, насколько система мотивации соответствует стратегии компании. Сформируйте перечень доработок по мотивации, которые считаете нужными. Поговорите 1-1 хотя бы с одним своим сотрудником по предложенному списку вопросов. Расскажите впечатления. Попробуйте вспомнить, чем реально увлекается ваша команда (каждый из них). Что важно кроме работы?

Тема 13. Стили управления

Теория: Матрица управленческих компетенций. Стили управления по Адизесу (РАЕИ) Зачем они нужны и как использовать в вашей компании? Жесткий менеджмент или сбалансированное управление?

Практика: Пройдите тест РАЕИ сами. Попросите своих сотрудников заполнить тест “за вас” по их мнению. Лучше несколько. Подчинённых, руководителя, одноранговых. Напишите свой код с разных сторон и свои мысли и планы по этому поводу

Тема 14. Инструменты, КРІ, метрики

Теория: Как выбирать ключевые метрики для каждой роли и сотрудника с учётом стратегии? Как связывать метрики и КРІ? Методы и инструменты контроля. Оптимальное количество КРІ и сложность формул КРІ.

Практика: Выберите ОМТМ и другие метрики для себя, бренд-менеджеров, специалистов, РОПов. На их основе сформируйте идеальную структуру вознаграждения (хотя бы для себя и бренд-менеджеров) с долями за разные КРІ. Задача со звёздочкой: Таблица-калькулятор. Вводим текущие значения - получаем ЗП в % от базовой

Тема 15. Работа с отклонениями. Автоматизация контроля. Прогнозирование.

Теория: Инструменты автоматизации контроля. Почему дашборды важны для руководителя и как их настроить? (труба - сроки, лояльность, отзывы, длина очереди). План/фактный анализ внутри периода. Как оценивать план/факт и минимизировать ошибки в метриках? Методы попадания в прогноз (сходящиеся колебания). Что делать, если прилетел "Чёрный лебедь"?

Практика: Встретьтесь с генеральным и ТОПами (если не знаете, какая у вас стратегия). Выясните, в какую сторону вы идёте (маржа/клиенты). Спроектируйте и опишите процесс работы с отклонениями (представим себе, что вы измеряете рейтинг на Яндекс.Картах и он не должен быть ниже “4,5”)

Тема 16. Зачем нужна аналитика и как она помогает расти бизнесу

Теория: Аналитика как конкурентное преимущество высокого уровня. Решения с опорой на данные. Почему дорого “не внедрять”. Как растормозить бизнес с помощью данных и автоматизации контуров контроля процессов. Правила игры. Как удерживать лучших и превратить работу в игру.

Практика: С помощью каких сервисов вы узнаете стоимость лида с каждого канала? Посчитайте окупаемость в месяцах системы сквозной и бизнес-аналитики, если предположить, что внедрение стоит 2 млн. рублей, при этом количество продаж вырастет на 30% с сохранением кум.маржи на текущем уровне. Почему у вас в компании до сих пор не внедрена сквозная и бизнес-аналитика?

Тема 17. Основные отчеты и на какие вопросы они помогают отвечать бизнесу

Теория: Отчеты по новым авто маркетинг, продажи. Отчеты по авто с пробегом

Практика: Какие отчёты в аналитике полезнее всего с точки зрения бизнеса? Какие показатели изменяются в вашей компании и с какой периодичностью?

Видео консультация. Целью консультации является расширение и углубление полученных знаний и дополнительный разбор учебного материала, который либо слабо усвоен обучающимися, либо не усвоен совсем. Проводится в форме видео конференции в прямом эфире.

Итоговая аттестация. Тестирование

4 ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ

Результативность освоения программы систематически отслеживается в течение обучения. С этой целью используются разнообразные виды контроля: входной и текущий контроль, итоговая аттестация.

Входной контроль проводится в начале курса для определения уровня знаний, обучающихся на начало обучения по программе дополнительного профессионального образования повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера». Проводится в форме Дневника трансформации.

Текущий контроль успеваемости обучающихся представляет систематическую проверку учебных достижений обучающихся, проводимую педагогом в ходе осуществления образовательной деятельности, и направлен на обеспечение выстраивания образовательного процесса максимально эффективным образом для достижения результатов освоения дополнительной программы.

Текущий контроль осуществляется педагогом в ходе изучения каждой темы на каждом занятии, в целях получения информации:

- о выполнении требуемых действий в процессе учебной деятельности;
- о правильности выполнения требуемых действий;
- о соответствии действия данному этапу усвоения учебного материала;
- о формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (автоматизированности, быстроты выполнения и др.).

Домашние задания после каждого урока проверяются педагогом.

Освоение образовательной программы заканчивается итоговой аттестацией с присвоением каждому обучающемуся результата «зачет / незачет». Итоговая аттестация позволяет оценить успешность всего курса в целом.

Итоговая аттестация охватывает проверку достижения всех заявленных целей изучения программы и проводится для контроля уровня понимания обучающимся и связей между различными ее элементами.

Лицам, успешно освоившим программу повышения квалификации и прошедшим итоговую аттестацию, выдается удостоверение о повышении квалификации, на бланке, образец которого самостоятельно устанавливается ООО «Автобосс».

5. МЕТОДИЧЕСКОЕ И ОРГАНИЗАЦИОННО – ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

5.1 Условия реализации программы дополнительного профессионального образования повышения квалификации «Директор по маркетингу автодилера»

Мы разработали образовательную программу повышения квалификации в маркетинге так, чтобы обучение давалось легко без потери качества. И обучающиеся проходили повышение квалификации до конца, не бросали на полпути из-за большого объема информации и сложных заданий. Могли совмещать обучение с работой или параллельным образованием.

Образовательный процесс предусматривает следующие виды и формы учебных занятий: видео-лекции, практические занятия, выполнение самостоятельной работы, выполнение аттестационной работы, консультации.

Изучение каждого раздела программы имеет практическую направленность и предполагает решение задач, предусматривающих приобретение обучающимся конкретных профессиональных умений и навыков.

Обязательные лекционные и практические занятия проводятся с применением только электронной информационно-образовательной среды. Выполнять практические задания, сдавать зачёты можно в удобное время в пределах учебного графика.

Групповые и индивидуальные консультации проходят при непосредственном общении педагога и обучающегося в ходе обучения, организуются в дистанционном режиме.

Онлайн-обучение не исключает домашних заданий и общения с педагогом, всё это также выполняется в системе.

При проведении занятия с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, в водной части следует обозначить правила работы и взаимодействия

(объяснить обучающимся технические особенности работы и правила обмена информацией. В процессе занятия педагогу необходимо четко давать инструкции выполнения заданий.

Виды занятий при организации дистанционного обучения:

- Онлайн - занятие (видео занятие в записи, вебинары и задания). Занятия являются асинхронными – в этом случае у обучающегося есть возможность найти удобное для себя время, чтобы отработать материал программы обучения. Программа включает в себя теоретические и практические занятия.
- разработанные педагогом презентации с текстовым комментарием;
- online-занятие (прямые эфиры вопрос-ответ, online-консультация);
- фрагменты и материалы образовательных Интернет-ресурсов;
- групповой чат в Телеграмм;
- общий чат обучающихся курса;
- адресные дистанционные консультации.

Видео уроки можно смотреть в любое время и выполнять задания.

Для работы в системе обучающемуся выделяется логин и пароль. Рабочее место обучающегося должно быть оснащено компьютером с подключением к сети Интернет.

В системе дистанционного обучения выставляются основные учебно- методические материалы по программе курса. Проводится индивидуальное тестирование, размещаются выполненные обучающимся и задания для самостоятельной работы. В форумах организуется обмен опытом по актуальным вопросам курса, проводятся консультации.

Также отличительной особенностью данной программы является подключение профессионалов при проведении занятий, которые могут более полно и доступно объяснить обучающимся изучаемые темы, проводить практические занятия.

5.2 Требования к материально-техническим условиям со стороны обучающегося (потребителя образовательной услуги)

Рекомендуемая конфигурация компьютера:

- Разрешение экрана от 1280x1024
- Pentium 4 или более новый процессор с поддержкой SSE2
- 512 Мб оперативной памяти
- 200 Мб свободного дискового пространства
- Современный веб-браузер актуальной версии (Firefox 22, Google Chrome 27, Opera 15, Safari 5, Internet Explorer 8 или более новый).

5.5 Учебно-методическое обеспечение

Учебно-методическое и информационное обеспечение программы ООО «Автобосс» обеспечена электронными учебниками, учебно-методической литературой и материалами по всем учебным модулям программы. Образовательная организация также имеет доступ к электронным образовательным ресурсам (ЭОР).

При реализации программ с применением дистанционных образовательных технологий в ООО «Автобосс» созданы условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя:

- электронные информационные ресурсы
- электронные образовательные ресурсы
- совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств.

Данная среда способствует освоению обучающимися программ в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся. Электронная информационно-образовательная среда ООО «Автобосс» обеспечивает возможность осуществлять следующие виды деятельности:

1. Планирование образовательного процесса.
2. Размещение и сохранение материалов образовательного процесса.
3. Фиксацию хода образовательного процесса и результатов освоения программы.
4. Контролируемый доступ участников образовательного процесса к информационным образовательным ресурсам в сети Интернет.

Литература представлена на платформе в разделе «Методические материалы»:

5.6 Оценочные материалы

Проведение мониторинга успеваемости обучающихся. Содержание учебных модулей и учебно-методических материалов представлено в учебно-методических ресурсах, размещенных в электронной информационно-образовательной среде ООО «Автобосс», онлайн платформа Антитренинги. Учебно-методическая литература представлена в виде электронных информационных и образовательных ресурсов в библиотеках и в системе дистанционного обучения.

Оценочные материалы по программе повышения квалификации размещены на платформе СДО и включают следующие формы и методы для проведения входного, текущего и промежуточного контроля, итоговой аттестации: задания в тестовой форме, практическая работа. С примерами оценочных средств можно ознакомиться на платформе СДО.

Задание для входного контроля

The screenshot shows a web browser window with the URL `online.a-boss.ru/student/lessons/lesson?course_id=269395&lesson_id=6032552`. The page is from 'АUTOBOSS Школа АвтоБосс' and is in 'Демо доступ' mode. The main content area displays the course 'ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ АВТОДИЛЕРА' with 10 lessons and 14 days. A progress bar shows 44 out of 112 days completed, with 68 days remaining. A banner encourages downloading the course app via a QR code. The current task is 'Задание Дневник трансформации' (Task: Transformation Journal), which is a 'Входной контроль' (Entrance control). The task instructions state that students should start filling out their journal before the course begins. It includes three numbered steps: 1. Fill out a form with 28 questions (1.5 hours); 2. Answer questions during the course; 3. Supplement answers with expert opinions. The task concludes by stating that this exercise will help students understand the role of a marketing director and practice 'thinking like a director'.

Задание

Входной контроль

Задание Дневник транс...

Модуль 1. Управление мар...

Тема 1. Предназначени... ✓

Тема 2. Анализ собстве... ✓

Тема 3. Анализ рынка (3... ✓

Тема 4. Анализ конкуре... ✓

Тема 5. Оргструктура от... ✓

Тема 6. Организация ра... ✓

Тема 7. Организация ра... ✓

Тема 8. Как развить авт... ✓

Тема 9. Материальная и... ✓

Тема 10. Инструменты, ... ✓

Видео-консультация

Видео-консультация (О...

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация (О...

Методические материалы

Рекомендованные мате...

Задание: Дневник трансформации

Начни заполнять свой Дневник трансформации до начала обучения!

1. Заполни форму с 28-ю вопросами (ссылка ниже). Это займет примерно 1,5 часа вдумчивой работы. Темы этого задания очень важны для осознания функции директора по маркетингу автодилера.

2. На каждом занятии в течение всего курса мы будем отвечать на эти вопросы.

3. После каждого урока у Вас будет возможность дополнить свои ответы с учетом услышанных мнений экспертов курса.

Таким образом, к концу обучения у Вас сложится осознанная картина функционала директора по маркетингу, и Вы сможете стать более эффективным руководителем.

Если Вы еще не руководитель отдела маркетинга, а только хотите им стать, просто представьте, что Вы уже им являетесь, и отвечайте. Это упражнение научит Вас "думать как директор".

Итоговая аттестация

The screenshot shows the 'Итоговая аттестация' (Final Assessment) page. At the top, there is a navigation bar with the 'AUTOBOSS' logo and 'Школа АвтоБосс'. A sidebar on the left contains 'Список курсов', 'Уроки', and 'Сообщения'. A central banner encourages downloading the app via a QR code. Below this, the assessment title 'Итоговая аттестация' is displayed with a 'НОВОЕ' (New) badge. A 'Пройдите тест' (Take the test) button is visible. The first question is: '1. Зачем автодилеру нужен маркетинг? Выберите один вариант ответа' (Why does a car dealer need marketing? Choose one answer). Three radio button options are provided: 'Измерять эффективность привлечения на каждом этапе воронки', 'Это требование дистрибьютора', and 'Привлекать, удерживать и возвращать клиентов'. A 'Пропустить' (Skip) button is at the bottom left, and a 'Далее' (Next) button is at the bottom right. The right sidebar shows a course menu with 10 topics, all marked with green checkmarks, and a 'Итоговая аттестация' section with a 'НОВОЕ' badge.

This screenshot is identical to the one above, but it shows the second question of the assessment: '2. Что такое позиционирование? Выберите один вариант ответа' (What is positioning? Choose one answer). The three radio button options are: 'Какую позицию на рынке занимает компания', 'Чем компания отличается от конкурентов', and 'Что и для кого делает компания'. The 'Итоговая аттестация' badge in the sidebar is also present.

online.a-boss.ru/student/lessons/lesson?course_id=269395&lesson_id=6077241

AUTOBOSS Школа АвтоБосс

Демо доступ

Список курсов

Уроки

Сообщения

Новый курс
МАРКЕТИНГ АВТО С ПРОБЕГОМ
ПЕРЕЗАГРУЗКА
Записаться

Изучайте этот курс в приложении

Сканируй QR-код чтобы скачать или войти

Итоговая аттестация
Итоговая аттестация

Пройдите тест

ВОПРОС 3 ИЗ 10

3 **Какие инструменты анализа рынка можно использовать? Выберите один вариант ответа**

- Гугл
- Автостат
- Similarweb
- Яндекс

Пропустить Далее

АНТИТРЕНИНГИ
платформа онлайн-обучения

Задание Дневник транс...
Модуль 1. Управление мар...
Тема 1. Предназначени...
Тема 2. Анализ собстве...
Тема 3. Анализ рынка (3...
Тема 4. Анализ конкуре...
Тема 5. Оргструктура от...
Тема 6. Организация ра...
Тема 7. Организация ра...
Тема 8. Как развить авт...
Тема 9. Материальная и...
Тема 10. Инструменты, ...
Видео-консультация
Видео-консультация (О...
Итоговая аттестация
Итоговая аттестация (О...
Методические материалы
Рекомендованные мате...

online.a-boss.ru/student/lessons/lesson?course_id=269395&lesson_id=6077241

AUTOBOSS Школа АвтоБосс

Демо доступ

Список курсов

Уроки

Сообщения

Новый курс
МАРКЕТИНГ АВТО С ПРОБЕГОМ
ПЕРЕЗАГРУЗКА
Записаться

Изучайте этот курс в приложении

Сканируй QR-код чтобы скачать или войти

Итоговая аттестация
Итоговая аттестация

Пройдите тест

ВОПРОС 4 ИЗ 10

4 **Какие инструменты анализа конкурентов можно использовать? Выберите несколько вариантов ответов**

- Яндекс
- Отчёты Авито и Авто.ру
- Автостат
- Гугл
- Similarweb

Пропустить Далее

Задание Дневник транс...
Модуль 1. Управление мар...
Тема 1. Предназначени...
Тема 2. Анализ собстве...
Тема 3. Анализ рынка (3...
Тема 4. Анализ конкуре...
Тема 5. Оргструктура от...
Тема 6. Организация ра...
Тема 7. Организация ра...
Тема 8. Как развить авт...
Тема 9. Материальная и...
Тема 10. Инструменты, ...
Видео-консультация
Видео-консультация (О...
Итоговая аттестация
Итоговая аттестация (О...
Методические материалы
Рекомендованные мате...

online.a-boss.ru/student/lessons/lesson?course_id=269395&lesson_id=6077241

AUTOBOSS Школа АвтоБосс

Демо доступ

Изучайте этот курс в приложении

Сканируй QR-код чтобы скачать или войти

Список курсов

Уроки

Сообщения

Новый курс **МАРКЕТИНГ АВТО С ПРОБЕГОМ ПЕРЕЗАГРУЗКА** **Записаться**

Итоговая аттестация Итоговая аттестация **НОВОЕ**

Пройдите тест **НОВОЕ**

Вопрос 5 из 10

5 **Зависит ли структура отдела маркетинга от стратегии компании? Выберите один вариант ответа**

Да, зависит

Нет, не зависит

Только если у компании оборонительная стратегия

[Пропустить](#) [Далее](#)

Задание Дневник транс...

Модуль 1. Управление мар...

Тема 1. Предназначени... ✓

Тема 2. Анализ собстве... ✓

Тема 3. Анализ рынка (3... ✓

Тема 4. Анализ конкуре... ✓

Тема 5. Оргструктура от... ✓

Тема 6. Организация ра... ✓

Тема 7. Организация ра... ✓

Тема 8. Как развить авт... ✓

Тема 9. Материальная и... ✓

Тема 10. Инструменты, ... ✓

Видео-консультация

Видео-консультация (О...

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация (О...

Методические материалы

Рекомендованные мате...

АНТИТРЕНИНГИ
платформа онлайн-обучения

online.a-boss.ru/student/lessons/lesson?course_id=269395&lesson_id=6077241

AUTOBOSS Школа АвтоБосс

Демо доступ

Изучайте этот курс в приложении

Сканируй QR-код чтобы скачать или войти

Список курсов

Уроки

Сообщения

Новый курс **МАРКЕТИНГ АВТО С ПРОБЕГОМ ПЕРЕЗАГРУЗКА** **Записаться**

Итоговая аттестация Итоговая аттестация **НОВОЕ**

Пройдите тест **НОВОЕ**

Вопрос 6 из 10

6 **Назовите основные инструменты и подходы для взаимодействия со смежными подразделениями. Выберите несколько вариантов ответов**

KPI

Должностная инструкция

Чек-лист

SLA

Матрица полномочий

Матрица ответственности

[Пропустить](#) [Далее](#)

Задание Дневник транс...

Модуль 1. Управление мар...

Тема 1. Предназначени... ✓

Тема 2. Анализ собстве... ✓

Тема 3. Анализ рынка (3... ✓

Тема 4. Анализ конкуре... ✓

Тема 5. Оргструктура от... ✓

Тема 6. Организация ра... ✓

Тема 7. Организация ра... ✓

Тема 8. Как развить авт... ✓

Тема 9. Материальная и... ✓

Тема 10. Инструменты, ... ✓

Видео-консультация

Видео-консультация (О...

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация (О...

Методические материалы

Рекомендованные мате...

online.a-boss.ru/student/lessons/lesson?course_id=269395&lesson_id=6077241

АUTOBOSS Школа АвтоБосс

Демо доступ

Изучайте этот курс в приложении

Сканируй QR-код чтобы скачать или войти

Список курсов

Уроки

Сообщения

Новый курс
МАРКЕТИНГ АВТО С ПРОБЕГОМ
ПЕРЕЗАГРУЗКА
Записаться

Итоговая аттестация
Итоговая аттестация

Пройдите тест

Вопрос 7 из 10

7 Назовите основные инструменты и подходы для взаимодействия с подрядчиками. Выберите несколько вариантов ответов

- Матрица подрядчиков
- SLA
- Критерии выбора
- KPI
- Договор

Пропустить Далее

Задание Дневник транс...
Модуль 1. Управление мар...
Тема 1. Предназначени...
Тема 2. Анализ собстве...
Тема 3. Анализ рынка (3...
Тема 4. Анализ конкуре...
Тема 5. Оргструктура от...
Тема 6. Организация ра...
Тема 7. Организация ра...
Тема 8. Как развить авт...
Тема 9. Материальная и...
Тема 10. Инструменты, ...
Видео-консультация
Видео-консультация (О...
Итоговая аттестация
Итоговая аттестация (О...
Методические материалы
Рекомендованные мате...

До завершения теста осталось 0:26:52
Вопрос 8 из 10

8 Что присуще лидеру в отличие от "босса"? Выберите несколько вариантов ответов

- Готовность защитить сотрудника перед другими руководителями
- Наставничество
- Умение объяснить "зачем нужно выполнять задачу"
- Внимание к проблемам сотрудникам
- Авторитет
- Отраслевая экспертиза

Пропустить Далее

До завершения теста осталось 0:26:10
Вопрос 9 из 10

9 Что из перечисленного относится к нематериальной мотивации? Выберите несколько вариантов ответов

- Персональная траектория развития
- Участие в отраслевых конференциях
- Развитие навыков. Корпоративное обучение
- Парковочное место около офиса
- Бесплатные обеды

Пропустить Далее

10 Назовите основные показатели в маркетинге. Выберите несколько вариантов ответов

- DPP
- Strike rate
- CPS
- CTR
- EBITDA
- ROI
- Оборачиваемость склада
- CPL