

УТВЕРЖДАЮ  
 Первый проректор, проректор по  
 учебной работе  
 \_\_\_\_\_ А.Е. Рудин  
 «30» июня 2020 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.ДВ.06.01**

**Управление продажами**

(Индекс дисциплины)

(Наименование дисциплины)

Кафедра: **29** МЕНЕДЖМЕНТА

Код

Наименование кафедры

Направление подготовки:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Профиль подготовки:

Креативный менеджмент в дизайне и моде

Уровень образования: Бакалавриат

### План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Всего	144		144
	Аудиторные занятия	51		16
	Лекции	34		8
	Лабораторные занятия			
	Практические занятия	17		8
	Самостоятельная работа	57		119
	Промежуточная аттестация	36		9
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	6		9
	Зачет			
	Контрольная работа			9
	Курсовой проект (работа)			
<b>Общая трудоемкость дисциплины (зачетные единицы)</b>		<b>4</b>		<b>4</b>

Форма обучения:	Распределение зачетных единиц трудоемкости по семестрам											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Очная						4						
Очно-заочная												
Заочная								0,5	3,5			

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования

по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

На основании учебных планов №

# 1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

## 1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре образовательной программы

Блок 1: Базовая  Обязательная  Дополнительно   
 является факультативом   
 Вариативная  По выбору

## 1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области управления продажами

## 1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть каналы и методы управления продажами
- Раскрыть подходы управления объектом исследования
- Исследовать кросс-функциональные процессы организации управления продажами
- изучение теоретических основ управления продажами;
- изучение содержания, структуры процесса управления продажами;
- изучение методов менеджмента продаж.

## 1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
ПК-6	<i>способностью участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных измен</i>	третий
<p><b>Планируемые результаты обучения</b></p> <p>Знать: • основные методы и инструменты управления сбытовой и маркетинговой деятельностью организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• базовые понятия и принципы менеджмента продаж;</li> <li>• стратегии продаж;</li> <li>• методы определения целевых признаков организаторов продажи товаров;</li> <li>• алгоритм формирования эффективных рекламных кампаний и обращений к покупателям;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планировать сбытовую и маркетинговую деятельность организации;</li> <li>• анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса;</li> <li>• разбираться в разнообразии структур рынков.</li> </ul> <p>Владеть: навыками применения методов оценки эффективности использования экономических ресурсов предприятия;</p>		
ПК-12	<i>умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</i>	третий
<p><b>Планируемые результаты обучения</b></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• теоретические основы анализа поведения потребителей экономических благ и формирования спроса.</li> <li>• характерные черты работы с ключевыми клиентами;</li> <li>• подходы к организации торгового пространства;</li> <li>• способы формирования оптимальной ценовой политики торговой организации.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга;</li> <li>• применять различные стратегии продаж;</li> </ul>		

Код компетенции	Формулировка компетенции	Этап формирования
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• организовывать персональные продажи и управлять отношениями с ключевыми клиентами;</li> <li>• применять современные информационные технологии при организации продаж;</li> <li>• разрабатывать программы мотивации и подготовки кадров для продажи товаров;</li> <li>• разрабатывать порядок и процесс прогнозирования объемов продаж;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• навыками осуществления согласованного выполнения бизнес-плана всеми участниками с использованием механизмов координации предпринимательской деятельности</li> <li>• технологией продажи товаров;</li> <li>• методами личных продаж;</li> <li>• методами прямого и косвенного воздействия на покупательское поведение потребителей.</li> </ul>	
ПК-17	<p><i>способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели</i></p>	третий
<p><b>Планируемые результаты обучения</b></p> <p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• концепции, описывающие экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;</li> <li>• методические основы формулирования бизнес-идеи, бизнес-моделирования и бизнес-планирования;</li> <li>• рыночные и специфические риски;</li> <li>• основные понятия и категории качества, современные концепции и методы управления качеством; цели, принципы, функции, сферы применения, объекты, средства и методы маркетинга</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею;</li> <li>• моделировать бизнес и разрабатывать бизнес-план;</li> <li>• определять потребность и оценивать эффективность использования производственных ресурсов организации;</li> <li>• оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;</li> <li>• проводить анализ рыночных и специфических рисков;</li> <li>• принимать управленческие решения в области качества и оценивать их эффективность;</li> <li>• разрабатывать и применять бизнес-модели реализации товаров, работ, услуг</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• способами и методами поиска и формулирования бизнес-идеи;</li> <li>• современными методами моделирования бизнеса и методиками разработки бизнес-планов;</li> <li>• современными методами оценки экономических и социальных условий;</li> <li>• способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений;</li> <li>• методологией проектирования и внедрения систем качества;</li> <li>• методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей;</li> <li>• навыками разработки маркетинговых стратегий и программ по формированию и удовлетворению спроса..</li> <li>• маркетинговые стратегии и программы по формированию и удовлетворению спроса;</li> <li>• осуществлять выбор инструментальных средств для обработки финансовых данных в соответствии с поставленной задачей.</li> </ul>		

1.5. Дисциплины (практики) образовательной программы, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

Теория организации, Инновационный менеджмент (ПК-6)

Деловые коммуникации, Деловой иностранный язык (ПК-12)

**2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Наименование и содержание учебных модулей, тем и форм контроля	Объем (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<b>Учебный модуль 1. Теоретические основы управления продажами</b>			
Тема 1. Сущность управления продажами	11		13
Тема 2. Стратегическое планирование продаж	10		12
Тема 3. Система мотивации в управлении продажами	10		12
<b>Текущий контроль 1 (реферат, доклад)</b>	2		-
<b>Учебный модуль 2. Организация и управление продажами</b>			
Тема 4. Оперативное управление продажами	11		12
Тема 5. Информационные технологии продаж	10		12
Тема 6. Выбор товара, источники поставок	10		12
<b>Текущий контроль 2 (практическое задание)</b>	2		-
<b>Учебный модуль 3. Оценка и диагностика эффективности продаж</b>			
Тема 7. Управление товарным ассортиментом. Распределение торговых площадей	10		12
Тема 8. Формирование бюджета продаж	10		12
Тема 9. Анализ эффективности продаж	10		12
Тема 10. Специфика управления продажами в цифровой и электронной среде	10		12
<b>Текущий контроль 3 (практическое задание)</b>	2		-
<b>Текущий контроль (контрольная работа)</b>			14
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен)</b>	<b>36</b>		<b>9</b>
<b>ВСЕГО:</b>	<b>144</b>		<b>144</b>

**3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН****3.1. Лекции**

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1	6	4			8	1
2	6	4			8	2
3	6	3			8	1
4	6	3			9	1
5	6	3			9	1
6	6	3			9	
7	6	3			9	1
8	6	4			9	
9	6	4			9	1
10	6	3				
<b>ВСЕГО:</b>		<b>34</b>				<b>8</b>

**3.2. Практические и семинарские занятия**

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
1,2	Стратегия продаж (практическое занятие)	6	4			9	1
3	Мотивация потребителей (семинар)	6	2			9	1
4	Система управления продажами	6	2			9	1

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	(практическое занятие)						
5	Информационные инструменты продаж (практическое занятие)	6	2			9	1
6	Товарная номенклатура продаж (практическое занятие)	6	2			9	1
7	Планирование размещения торговых объектов (практическое занятие)	6	2			9	1
8,9	Комплексная оценка эффективности продаж (практическое занятие)	6	2			9	1
10	Цифровые каналы продаж (семинар)	6	1			9	1
<b>ВСЕГО:</b>			<b>17</b>				<b>8</b>

### 3.3. Лабораторные занятия Не предусмотрены

## 4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

## 5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера учебных модулей, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
1	Реферат, доклад	6	1				
2, 3	Практическое задание	6	2				
1-3	Контрольная работа					9	1

## 6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
<i>Усвоение теоретического материала</i>	6	27			8	14
<i>Подготовка к практическим занятиям</i>	6	30			9	40
<i>Выполнение контрольной работы</i>					9	14
<i>Подготовка к экзамену</i>	6	36			9	9
<b>ВСЕГО:</b>		<b>93</b>				<b>128</b>

## 7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### 7.1. Характеристика видов и используемых инновационных форм учебных занятий

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение

Наименование видов учебных занятий	Используемые инновационные формы	Объем занятий в инновационных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции	Проблемная лекция (лекция-диалог), разбор конкретных ситуаций	2		
Практические и семинарские занятия	Дискуссия, поиск вариантов решения проблемных ситуаций	2		2
Лабораторные занятия	Не предусмотрены			
<b>ВСЕГО:</b>		4		2

## 7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся

### Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Аудиторная активность: Посещение практических занятий	10	2 балла за каждое занятие - максимум 34 балла; 3 балла за каждый правильный ответ на вопросы устного собеседования максимум 30 баллов; 3 балла за решение задач – максимум 36 баллов
2	Выполнение реферата, практических заданий / контрольной работы	40	Представление в срок - максимум 15 баллов; Содержание (наличие всех требуемых элементов, наличие и значимость ошибок) - максимум 50 баллов; Полнота ответов на вопросы, владение специальной терминологией - максимум 35 баллов
3	Сдача экзамена	50	Ответ на теоретический вопрос (полнота, владение терминологией, затраченное время) - 50 баллов; Решение практико-ориентированного задания- максимум 50 баллов
<b>Итого (%):</b>		100	

### Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале	
86 - 100	5 (отлично)	Зачтено
75 – 85	4 (хорошо)	
61 – 74		
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Не зачтено
40 – 50		
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	
1 – 16		
0		

## 8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Джоббер Д. Продажи и управление продажами [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Джоббер Д., Ланкастер Дж.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 621 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81832.html>.— ЭБС «IPRbooks»

2. Лукич Р.М Управление продажами [Электронный ресурс]/ Лукич Р.М— Электрон. текстовые данные.— Москва: Альпина Паблишер, 2017.— 216 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/68019.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Голова А.Г. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебник/ Голова А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2017.— 279 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85129.html>.— ЭБС «IPRbooks»

б) дополнительная учебная литература

1. Смирнова И.Ю. Управление продажами [Электронный ресурс]: методическое пособие (курс лекций)/ Смирнова И.Ю.— Электрон. текстовые данные.— Симферополь: Университет экономики и управления, 2018.— 186 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/86421.html>.— ЭБС «IPRbooks»
2. Дрёмова Ю.Г. Управление продажами. Практические ситуации для анализа [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов направления подготовки 38.04.02. «Менеджмент»/ Дрёмова Ю.Г., Букова А.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Научный консультант, 2018.— 60 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80801.html>.— ЭБС «IPRbooks»
3. Кондрашов В.М. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг» (080111), «Коммерция (торговое дело)» (080301)/ Кондрашов В.М.— Электрон. текстовые данные.— Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 319 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81577.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Гусарова В. Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации [Электронный ресурс]/ Гусарова В., Птуха К.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Альпина Паблишер, 2019.— 208 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/82431.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Кузнецов И.Н. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие для бакалавров/ Кузнецов И.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 492 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85719.html>.— ЭБС «IPRbooks»

**8.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

1. Спицкий С.В. Эффективная аудиторная и самостоятельная работа обучающихся: методические указания / С.В. Спицкий - СПб.: СПбГУПТД, 2015. - Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_get\\_file.php?id=2015811](http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2015811), по паролю
2. Организация самостоятельной работы обучающихся [Электронный ресурс]: методические указания / сост. И. Б. Караулова, Г. И. Мелешкова, Г. А. Новоселов. – СПб.: СПГУТД, 2014. – 26 с. – Режим доступа: [http://publish.sutd.ru/tp\\_get\\_file.php?id=2014550](http://publish.sutd.ru/tp_get_file.php?id=2014550), по паролю.

**8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины**

1. Справочно-правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>.
2. Информационно-правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru>.

**8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. Windows 10,
2. OfficeStd

**8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

1. Стандартно-оборудованная аудитория (компьютер)
2. Видеопроектор с экраном

**8.6. Иные сведения и (или) материалы**

1. Раздаточный материал (схемы, таблицы)
2. Нормативно-правовые документы.

**9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Виды учебных занятий и	Организация деятельности обучающегося
------------------------	---------------------------------------



самостоятельная работа обучающихся	
Лекции	Найти ответ на вопросы в рекомендуемой литературе, лекциях и консультациях (или практическом занятии)
Практические занятия	Подготовка к практическим занятиям предполагает виды работ с конспектом лекций: подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, решение задач по алгоритму
Лабораторные занятия	<i>Не предусмотрены</i>
Самостоятельная работа	Подготовка и выполнение проверочной работы с представлением презентации материалов

## 10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 10.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### 10.1.1. Показатели оценивания компетенций на этапах их формирования

Код компетенции / этап освоения	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
ПК-6 /второй	Дают характеристику методов продажи товаров, работ, услуг	Вопросы для устного собеседования	Вопросы для устного собеседования по дисциплине
	Разрабатывает инструменты мотивации потребителей	Практическое задание	Практические задания по дисциплине
	Способен применять технологии продаж	Практическое задание	Практические задания по дисциплине
ПК-12/второй	Описывает принципы организации торгового пространства	Вопросы для устного собеседования	Вопросы для устного собеседования по дисциплине
	Применяет методы прогнозирования продаж	Практическое задание	Практические задания по дисциплине
	Применяет методы личных продаж	Практическое задание	Практические задания по дисциплине
ПК-17 / второй	Описывает риски коммерческой деятельности	Вопросы для устного собеседования	Вопросы для устного собеседования по дисциплине
	Проводит анализ рисков продаж	Практическое задание	Практические задания по дисциплине
	Планирует продажи товаров, работ, услуг	Практическое задание	Практические задания по дисциплине

#### 10.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций Критерии оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Письменная работа
86 - 100	5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу.	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем

		Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
40 – 50		Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

**10.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций**

**10.2.1. Перечень вопросов (тестовых заданий), разработанный в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п/п	Формулировка вопросов	№ темы
1	Классификация основных стадий процесса продажи.	1
2	Мотивы покупок и условия их проявления.	1
3	Послепокупочный диссонанс и способы его преодоления.	1
4	Визуальные типы покупателей и их экспресс-оценка.	2
5	Психологические типы покупателей и их визуальные характеристики	2
6	Экономические и социальные типы покупателей. Особенности работы с ними.	2
7	Активные и пассивные приемы продажи. Условия их эффективного применения.	2
8	Классификация методов и форм продажи.	2
9	Способы планировки мест продажи и условия их применения.	2
10	Классификация возможных целей воздействия на потенциальных покупателей.	2
11	Современная система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система): сущность, элементы.	
12	Рекламный аргумент: способы его создания и оценка эффективности альтернативных вариантов.	4
13	Составление сметы затрат на стимулирование сбыта товаров и услуг. Принципы контроля расходов.	2
14	Влияние динамики цен на объемы реализации товаров и услуг.	3
15	Основные варианты расчета оптимальных цен и условия их применения.	3
16	Ценовые методы стимулирования сбыта и условия их применения.	3
17	Экономические неценовые методы стимулирования сбыта и условия их применения.	4
18	Стратегия продаж: ценовая политика, наличие скидок	4
19	Автоматизация работы менеджеров, защита клиентской базы компании	4
20	Информационные технологии в системе продаж	4
21	Сервисное обслуживание клиента	4
22	Факторы активизации продаж	4
23	Методы привлечения покупателей	5
24	Поведение покупателей и организаций. Факторы, оказывающие влияние на покупку.	5
25	Типы менеджмента продаж	5
26	Цикл товарных продаж	6
27	Возможные риски при выборе поставщиков продукции	6
28	Рационализация товарного ассортимента	7
29	Принципы мерчендайзинга в системе продаж	7
30	Типы поставщиков товара, порядок их поиска	7
31	Виды программ лояльности	4
32	Дистрибьютеры на товарном рынке	7
33	Бюджетирование продаж	8
34	Финансирование продаж	8
35	Оперативное управление продажами	8
36	Оценка эффективности продаж	9
37	Мониторинг продаж	9
38	Показатели эффективности продаж	9
39	Интернет - продажи	10
40	Электронная коммерция	10
41	SMM-коммерция	10

**10.2.3 Вариант типовых заданий (задач, кейсов), разработанных в соответствии с установленными этапами формирования компетенций**

№ п/п	Условия типовых задач (задач, кейсов)	Ответ
-------	---------------------------------------	-------

1	Деловая среда менеджмента продаж оценивается по критериям: 1) надежности поставщиков 2) сложности стабильности и неопределенности 3) наличия конкурентов	1, 3
2	В каких функциях раскрывается сущность менеджмента продаж: 1) планирование и организация продаж 2) мотивация и контроль продаж 3) формирование клиентской базы	1, 2
3	В цикл продаж товарной продукции входят этапы: 1) определения видов продукции для продажи 2) планирования продажи 3) завершения продажи	2, 3
4	Медленный рост продаж характерен: 1) циклу внедрения на рынок 2) циклу расширения продаж 3) циклу спада продаж 4) циклу насыщения	4

**10.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности), характеризующих этапы формирования компетенций**

**10.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (экзамена, зачета и / или защите курсовой работы) и порядок ликвидации академической задолженности**

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

**10.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

устная  письменная  компьютерное тестирование  иная\*

\*В случае указания формы «Иная» требуется дать подробное пояснение

**10.3.3. Особенности проведения (экзамена, зачета и / или защиты курсовой работы)**

**Особенности проведения (экзамена, зачета и / или защиты курсовой работы):** к зачету допускаются студенты, получившие положительную аттестацию при устном опросе и зачетные практические задания.