

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 10:29:35
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.ДЭ.04.02 Управление продажами
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки)

Управление малым бизнесом
(наименование образовательной программы)

очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора – 2026

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Ромодан Юлия Олеговна, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента
непроизводственной сферы

Заведующий кафедрой:

Тарасова Елена Владимировна, канд. экон. наук, доцент, заведующий
кафедрой менеджмента непроизводственной сферы

Рабочая программа дисциплины Б1.В.01.ДЭ.04.02 Управление продажами
одобрена на заседании кафедры менеджмента непроизводственной сферы
Донецкого филиала РАНХиГС

протокол № 11 от «18» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.В.01.ДЭ.04.02 Управление продажами обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенции	Образовательный результат
D/02.6 Анализ, обоснование и выбор решения	ПК-2	Способен анализировать, обосновывать и выбирать решений	ПК-2.4.	Выбирает решения для реализации в составе группы экспертов	ПК-2.4. У-8 Умеет анализировать требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества
D/04.6 Консультирование и методологическая поддержка работников организации в области управления рисками	ПК-3.	Способен консультировать и оказывать методологическую поддержку работникам организации в области управления рисками	ПК-3.3.	Развивает культуру и обучает представителей бизнес-процессов в области риск-ориентированного управления организацией	ПК-3.3. 3-2 Знает корпоративные финансы, теория вероятности и математическая статистика, корпоративное управление, поведенческая экономика, нейроэкономика и теория принятия решений

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

2,00 з.е., 72 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 36 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 16 ак.час на лекции и 16 ак.час на практические занятия. 36 ак. час на самостоятельную работу обучающихся, контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий 4 ак.час.

Б1.В.01.ДЭ.04.02 Управление продажами реализуется на 3-ем курсе в 6-м

семестре после изучения дисциплин:

- Презентационные навыки и визуализация данных;
- Управление рисками инвестиционных проектов;
- Антикризисное управление;
- Управление эффективностью организаций малого бизнеса.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения						Период промежуточной аттестации (сессия)		СРкр	СРэк	СР		
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк					К о н т р о л ь
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ: СИСТЕМНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД															
Тема 1.1.	Сущность и роль управления продажами	9	2	0	0	2	0	0	0		0	0	5	Опрос Доклад, Тестирование, Контрольное задание	
Тема 1.2.	Организация системы продаж на предприятии	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос Доклад, Тестирование, Контрольное задание	

Тема 1.3.	Процесс продаж и управление воронкой	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос Доклад, Тестирование, Контрольное задание
Тема 1.4.	Планирование продаж	9	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	5	Опрос Доклад, Тестирование, Контрольное задание
РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ														
Тема 2.1.	Управление персоналом отдела продаж	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Опрос Доклад, Тестирование, Контрольное задание
Тема 2.2.	Методы и техники продаж	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Опрос Доклад, Тестирование, Контрольное задание
Тема 2.3.	Ценообразование и управление ассортиментом	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Опрос Доклад, Тестирование, Контрольное задание
Тема 2.4.	Контроль и повышение эффективности продаж	8	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4	Опрос Доклад, Тестирование, Контрольное задание
Промежуточная аттестация										4				Зачет
Итого	72	68	16	0	0	16	0	0		4	0	0	36	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ: СИСТЕМНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД

Тема 1.1. Сущность и роль управления продажами ПК-2.4

В рамках темы раскрывается содержание понятия управления продажами как ключевого элемента коммерческой деятельности предприятия, обеспечивающего формирование выручки и прибыли. Рассматриваются этапы эволюции подходов к продажам - от ориентации на продукт к клиент-ориентированным концепциям. Анализируется место системы продаж в общей структуре управления организацией, а также ее взаимосвязь с маркетингом, производством и логистикой.

Тема 1.2. Организация системы продаж на предприятии ПК-2.4

Тема посвящена построению эффективной организационной структуры службы продаж, включая выбор между централизованными и децентрализованными моделями управления. Рассматриваются различные форматы продаж (B2B, B2C, B2G), особенности каналов сбыта и их комбинаций, а также современные подходы к организации омниканальных и цифровых продаж в условиях развития электронной коммерции.

Тема 1.3. Процесс продаж и управление воронкой ПК-2.4

В данной теме изучается поэтапная структура процесса продаж - от привлечения клиента до заключения сделки и последующего обслуживания. Особое внимание уделяется понятию воронки продаж, ее ключевым показателям и методам повышения конверсии. Также рассматриваются инструменты управления клиентским опытом и роль CRM-систем в автоматизации и анализе продаж.

Тема 1.4. Планирование продаж ПК-2.4

Тема раскрывает методы прогнозирования спроса и формирования планов продаж на основе количественных и качественных подходов. Анализируются принципы бюджетирования продаж, методы определения целевых показателей и инструменты контроля их выполнения. Подчеркивается значение планирования как основы устойчивого развития и адаптации предприятия к рыночным условиям.

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ

Тема 2.1. Управление персоналом отдела продаж ПК-3.3

В рамках темы рассматриваются процессы подбора, адаптации и обучения сотрудников отдела продаж, а также формирование эффективной системы мотивации. Изучаются подходы к разработке KPI и оценке результативности персонала, методы повышения вовлеченности и продуктивности сотрудников, а также роль корпоративной культуры в достижении высоких результатов.

Тема 2.2. Методы и техники продаж ПК-3.3

Тема охватывает основные технологии и инструменты ведения продаж, включая классические модели взаимодействия с клиентом и современные подходы к построению коммуникации. Рассматриваются методы выявления потребностей, работы с возражениями и ведения переговоров, а также принципы формирования долгосрочных отношений с клиентами и повышения уровня их лояльности.

Тема 2.3. Ценообразование и управление ассортиментом ПК-3.3

В данной теме анализируется роль ценовой политики в системе управления продажами и рассматриваются основные методы ценообразования. Изучаются подходы к формированию и оптимизации ассортимента, включая использование ABC- и XYZ-анализа, а также стратегии управления товарным портфелем с целью повышения прибыльности и конкурентоспособности предприятия.

Тема 2.4. Контроль и повышение эффективности продаж ПК-3.3

Тема посвящена разработке системы контроля и анализа результатов продаж, включая оценку ключевых показателей эффективности. Рассматриваются методы повышения рентабельности, выявления узких мест в процессе продаж и управления рисками. Также анализируются современные тенденции цифровизации и автоматизации продаж, включая использование аналитики данных и новых технологий.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01.ДЭ.04.02 Управление продажами входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа – это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление	Прочитайте текст и установите	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается 	Ответ считается верным, если правильно указана вся

последовательности	последовательность	<p>последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАВ или 135).</p>	последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74	Удовлетворительно		B	P/ Passed
60-69			E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

В ходе реализации дисциплины Б1.В.01.05 Управленческая аналитика и диагностика деловой активности в непроизводственной сфере используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, контрольные задания по разделам): опрос, тестирование, контрольное задание.

- УО – устный опрос;
- ТЗ – тестовое задание;
- КЗ – контрольные задания;
- ПЗ – практическое занятие;
- КТ – контрольная точка

Система оценивания знаний по видам учебной деятельности

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
2	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
1	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
0,5	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия
3	Свыше 80% правильных ответов. Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
2	Свыше 70% правильных ответов. Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
1	Свыше 50% правильных ответов. Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов. Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

Критерии оценивания контрольных заданий:

Балы	Описание критерия
4	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
3	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
2-1	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля

успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ: СИСТЕМНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД

Тема 1.1. Сущность и роль управления продажами ПК-2.4

Вопросы для опроса:

1. Какие неочевидные функции (аналитика, стратегия, обучение) скрываются под водой в управлении продажами?
2. Где в современной компании заканчивается зона ответственности маркетинга (лидогенерация) и начинается зона управления продажами (конверсия)?
3. Как изменилась сущность управления продажами с переходом от «агрессивных продаж» 90-х к клиентоцентричному подходу?
4. На каком этапе управления продажами руководитель выполняет стратегическую роль (влияет на продукт и ценообразование), а на каком - тактическую (планы, отчеты, контроль)?
5. Почему функцию продаж часто называют «генератором денежного потока», а все остальные отделы (бухгалтерию, юристов, HR) - «затратными»?
6. Как изменится роль управления продажами: превратится ли она в «пожарную команду» или, наоборот, станет более аналитической?
7. Назовите ключевые отличия управления на основе классической «воронки продаж» от управления на основе «воронки сделок»
8. В чем сущность CRM-системы для руководителя: это инструмент контроля «кто не позвонил» или аналитический центр для принятия решений?
9. Назовите три главных элемента, которые составляют основу эффективного управления продажами
10. В чем сущность проблемы управления: плохо обучили, плохая система адаптации или просто ошибка в подборе?

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что является основной целью управления продажами?

- а) снижение затрат на производство;
- б) максимизация прибыли через эффективную реализацию продукции;
- в) увеличение численности персонала;
- г) расширение ассортимента.

Управление продажами включает:

- а) только процесс реализации товара;
- б) только маркетинговые исследования;
- в) планирование, организацию, мотивацию и контроль продаж;
- г) исключительно рекламную деятельность.

Продажи выполняют в организации функцию:

- а) производственную;
- б) распределительную;
- в) финансовую;
- г) контрольную.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие элементы входят в систему управления продажами?

- а) планирование продаж;
- б) мотивация персонала;
- в) бухгалтерский учет;
- г) контроль результатов;
- д) логистика.

Какие факторы влияют на эффективность продаж?

- а) уровень спроса;
- б) квалификация персонала;
- в) погодные условия;
- г) ценовая политика;
- д) технологии производства.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Определите последовательность функций управления продажами:

- а) контроль;
- б) планирование;
- в) мотивация;
- г) организация.

Контрольные задания

Задание 1.

Выручка предприятия составила 12 млн руб., затраты - 9 млн руб.
Определить прибыль и уровень рентабельности продаж.

Задание 2.

Объем продаж компании вырос с 800 до 1000 единиц продукции.
Определить темп роста продаж и сделать вывод.

Тема 1.2. Организация системы продаж ПК-2.4., ПК-3.3

Вопросы для опроса:

1. Назовите 3 классических способа организации структуры отдела продаж (функциональный, географический, продуктовый).
2. Что эффективнее: «ловец» (холодные звонки), «закрыватель» (переговоры) и «аккаунт-менеджер» (ведение клиентов) или один менеджер, который делает всё от лида до пост-продажи?
3. От каких факторов (чек, цикл сделки, рынок) это зависит?
4. Являются ли дилеры, агенты и рефералы частью вашей организованной системы продаж?
5. Где в организационной схеме проходит граница между отделом продаж и отделом по работе с партнерами?
6. В каком продукте скрипт будет жестким, а в каком - рамочным?
7. Опишите, как «организовать воронку»: из каких этапов минимально она должна состоять, чтобы система продаж была управляемой?
8. Как организация внутренних процессов продаж пересекается с организацией клиентского опыта?
9. Перечислите минимальный набор инструментов, без которого систему продаж нельзя считать организованной
10. Можно ли организовать систему продаж без CRM? Если да, то на каком?

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

К прямым каналам сбыта относится:

- а) продажа через дистрибьютора;
- б) интернет-магазин компании;
- в) оптовые посредники;
- г) розничные сети.

В2В-продажи - это:

- а) продажи конечному потребителю;
- б) продажи государственным структурам;
- в) продажи между компаниями;
- г) онлайн-продажи.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие каналы сбыта относятся к косвенным?

- а) дилеры;
- б) дистрибьюторы;
- в) интернет-магазин производителя;
- г) оптовые посредники;
- д) франчайзинг.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Установите последовательность построения системы продаж:

- а) выбор каналов сбыта;
- б) анализ рынка;
- в) формирование структуры отдела продаж;
- г) внедрение системы.

Контрольные задания

Задание 1.

Определить оптимальный канал сбыта для компании с ограниченными ресурсами и массовым продуктом.

Задание 2.

Сравнить прямой и косвенный каналы сбыта по затратам и контролю.

Тема 1.3. Процесс продаж и воронка ПК-2.4

Вопросы для опроса:

1. Чем процесс продаж отличается от воронки продаж?
2. Любую ли сделку можно описать классической перевернутой пирамидой
3. Приведите пример продукта, где воронка может быть «толстой» на всех этапах (например, жизненно необходимые товары).
4. Почему процесс продаж нельзя один раз «нарисовать и забыть»?
5. Какие внешние факторы (рынок, конкуренты, сезонность) заставляют его постоянно пересматривать?
6. С какого этапа должен начинаться процесс продаж?
7. Работа с возражениями. Это этап процесса или состояние клиента?
8. Должен ли грамотный процесс продаж минимизировать возражения через правильную презентацию, или с ними нужно уметь работать отдельно?
9. На каком этапе воронки клиент принимает эмоциональное решение «Да», а юридическое оформление - лишь формальность?
10. Чем отличается конверсия этапа от проскока (перехода через этап)? Какой KPI важнее для руководителя отдела продаж?

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Что показывает воронка продаж?

а) объем производства;

- б) этапы движения клиента;
- в) структуру затрат;
- г) прибыль предприятия.

Конверсия - это:

- а) объем продаж;
- б) процент перехода между этапами;
- в) прибыль;
- г) количество клиентов.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие этапы включает процесс продаж?

- а) привлечение клиента;
- б) заключение сделки;
- в) производство товара;
- г) обработка возражений;
- д) постпродажное обслуживание.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Определите последовательность этапов продаж:

- а) презентация;
- б) выявление потребностей;
- в) завершение сделки;
- г) установление контакта.

Контрольные задания

Задание 1.

На этапе привлечения - 1000 клиентов, до сделки дошли 100.
Рассчитать конверсию.

Задание 2.

Проанализировать, на каком этапе теряется больше всего клиентов.

Тема 1.4. Планирование продаж ПК-2.4

Вопросы для опроса:

1. Зачем планировать продажи, если рынок меняется каждую неделю?
2. Назовите три основные функции плана продаж: для собственника (контроль), для руководителя (координация), для менеджера (мотивация). Какая функция важнее?
3. Чем принципиально отличается план (то, к чему стремимся) от прогноза (то, что случится вероятнее всего)?
4. Как, зная план по выручке, рассчитать, сколько нужно сделать звонков в день? (План / Средний чек / Конверсия в сделку / Конверсия в контакт).
5. План продаж составляет 100 единиц. Производство может выпустить только 70. Склад может отгрузить только 50. Чей план считается реальным? Как согласовать планы смежных отделов?
6. Каждый менеджер в среднем приносит 5 млн. В штате 7 менеджеров. Чего не хватает: плана, обучения или людей? Какие метрики нужно проверить перед наймом (текучка, конверсия, воронка)?
7. В плане на декабрь стоит цифра в 3 раза выше, чем в мае. Это реалистичный план (предновогодний спрос) или завышенный? Как отличить амбицию от статистической реальности?
8. Что будет, если поставить план очень низкий (легко выполнить)? Что будет, если план «от балды» (выше рынка в 2 раза)? Опишите поведение менеджеров в обоих случаях.
9. Предложите схему мотивации, при которой менеджеру выгодно перевыполнить план на 20%, но невыгодно перевыполнять на 80% (мошенничество, скидки).
10. Можно ли наказывать менеджера рублем за невыполнение плана (штрафовать)? Аргументируйте с точки зрения трудового права и психологии.

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

План продаж - это:

- а) прогноз спроса;
- б) документ с целевыми показателями реализации;
- в) отчет о продажах;
- г) стратегия маркетинга.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие методы прогнозирования используются?

- а) экспертные оценки;
- б) экстраполяция;
- в) бухгалтерский анализ;
- г) эконометрические модели;
- д) наблюдение.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Последовательность планирования:

- а) анализ рынка;
- б) постановка целей;
- в) разработка плана;
- г) контроль.

Контрольные задания

Задание 1.

Спрогнозировать продажи при росте на 10% от 5000 единиц.

Задание 2.

Определить выполнение плана: план - 1000, факт - 850.

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ

Тема 2.1. Управление персоналом продаж ПК-3.3

Вопросы для опроса:

1. Почему менеджеры по продажам чаще всего проваливаются не из-за отсутствия навыков («не умеет возражения закрывать»), а из-за отсутствия воли к победе или обучаемости?
2. Назовите 3 обязательных жестких навыка и 3 мягких навыка для продажи программного обеспечения.
3. Отличается ли этот портрет от продажи недвижимости?
4. Допустимо ли дать новичку базу телефонных номеров в первый же день, сказав «звони, мы верим в тебя»? Назовите 3 фатальных последствия такого подхода для компании.
5. Опишите идеальную программу первой недели продавца. Что важнее в первые 3 дня
6. При каких условиях стажировка у опытного менеджера приносит пользу, а когда новичок просто пьет с ним кофе?
7. Универсальная схема «Оклад + %». Назовите одну ситуацию, когда эта схема идеальна, и одну, когда она ведет к катастрофе
8. Предложите систему мотивации, где нет процента от сделки, а бонус платится за выполнение 3-5 ключевых показателей
9. Что делать с «звездой», которая приносит 50% выручки отдела, но требует повышения зарплаты каждые 3 месяца и шантажирует уходом к конкуренту?
10. Кнут или пряник? Что эффективнее для повышения активности: публичный рейтинг лучших (доска позора/славы) или еженедельные штрафы за невыполнение KPI

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

KPI - это:

- а) заработная плата;
- б) ключевые показатели эффективности;
- в) система учета;
- г) стратегия.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа

ождается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Что относится к мотивации персонала?

- а) бонусы;
- б) обучение;
- в) штрафы;
- г) карьерный рост;
- д) контроль.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Последовательность управления персоналом:

- а) оценка;
- б) подбор;
- в) обучение;
- г) мотивация.

Контрольные задания

Задание 1.

Рассчитать бонус менеджера: 5% от продаж 200 000 руб.

Задание 2.

Оценить эффективность сотрудника при выполнении 80% KPI.

Тема 2.2. Методы и техники продаж ПК-3.3

Вопросы для опроса:

1. Технике AIDA (Внимание → Интерес → Желание → Действие) больше 100 лет. Почему она до сих пор работает в лендингах и письмах, но терпит крах в сложных B2B переговорах?

2. Техника «Эйнштейн» (признание проблемы как катастрофы) - мощный инструмент. Приведите пример правильного и неправильного применения.

3. В чем суть техники «Согласование» (или «Челночный метод»)? Когда ее выгодно применять - при продаже дорогой квартиры или дешевой ручки?

4. На стадии «Выявление потребностей» запрещены закрытые вопросы (Да/Нет). Но есть ситуации, где они незаменимы. Назовите 2 такие ситуации.

5. Придумайте цепочку из 3 вопросов: «Общий → Уточняющий → Закрывающий» для продажи кофе-машины в офис. Как меняется напряжение клиента с каждым вопросом?

6. Техника эхо. Почему простое повторение последних слов клиента («Дорого?» - «Дорого?») работает лучше, чем умный контраргумент? Какую потребность клиента удовлетворяет «эхо»?

7. Назовите 3 невербальных сигнала продавца, которые выдают, что он не слушает клиента, а ждет своей очереди сказать скрипт.

8. Скрытое возражение (не говорит, но не купит).

9. Истинное возражение (цена, сроки).

10. Чем техника «Резюмирование выгод» отличается от простого «Покупайте уже»?

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Модель AIDA включает:

а) внимание;

б) интерес;

в) желание;

г) действие.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Что относится к техникам продаж?

а) SPIN;

б) AIDA;

- в) SWOT;
- г) переговоры;
- д) работа с возражениями.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Последовательность AIDA:

- а) действие;
- б) внимание;
- в) интерес;
- г) желание.

Контрольные задания

Задание 1.

Разработать сценарий продажи по модели AIDA.

Задание 2.

Предложить способы работы с возражением клиента.

Тема 2.3. Ценообразование и ассортимент ПК-3.3

Вопросы для опроса:

1. Что лучше: установить цену как «себестоимость + 30%» (затратный метод) или «как у конкурентов» (рыночный метод)?
2. В каком бизнесе первый метод приведет к банкротству, а второй - к потере уникальности?
3. Назовите три базовые стратегии ценообразования.
4. Компания должна срочно получить кучу денег для выплаты кредита (- максимизация прибыли).
5. Работает ли магический эффект «99» (цена 1999 вместо 2000) в продажах?
6. Почему фраза «всего по 5000 рублей в месяц» работает гораздо лучше, чем «60 000 рублей разово», даже если переплата 0%? Что происходит с мозгом клиента?
7. Какие товары следует убрать из продажи, если увидите, что: Товар занимает много места на складе, а продается 1 шт в год. Товар приносит 50% выручки, но 0% прибыли.

8. «Соль к бургеру» Стратегия: товар А продается в ноль или в минус (купить дешево), но он приводит клиента, который покупает сопутствующий товар Б с наценкой 300%.

9. Что выгоднее продавать: кашу отдельно (100 руб.), кофе отдельно (100 руб.) или пакет «Каша + кофе» за 150 руб.? Почему пакет увеличивает средний чек, даже если внутри каждого компонента скидка?

10. Как перевести на дорогую позицию: убрать дешевую из ассортимента (риск потери клиента) или просто перестать ее предлагать (скрыть)?

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Цена влияет на:

- а) спрос;
- б) прибыль;
- в) издержки;
- г) качество.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

ABC-анализ включает:

- а) товары с высоким вкладом;
- б) средним вкладом;
- в) низким вкладом;
- г) нерентабельные товары;
- д) сезонные товары.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Последовательность анализа ассортимента:

- а) сбор данных;
- б) анализ;
- в) классификация;
- г) принятие решений.

Контрольные задания

Задание 1.

Определить прибыль при цене 500 руб. и себестоимости 300 руб.

Задание 2.

Распределить товары по группам ABC.

Тема 2.4. Контроль эффективности продаж ПК-3.3

Вопросы для опроса:

1. Какова главная цель контроля продаж: найти виноватых и наказать, или найти узкие места и улучшить процесс?
2. Как смещение акцента в ту или иную сторону влияет на атмосферу в отделе?
3. Где проходит грань между необходимым контролем и тотальной слежкой, которая убивает инициативу?
4. Назовите 3 признака токсичного контроля
5. Назовите 5 ключевых метрик эффективности отдела продаж, не считая выручки и прибыли.
6. Какие 3 параметра воронки продаж будут контролировать ежедневно, чтобы предсказать выполнение плана на конец месяца? (Объем на входе, конверсия на слабом этапе, скорость движения сделок).
7. Зачем смотреть динамику продаж не за месяц, а накопительным итогом с начала месяца/квартала?
8. Как на таком графике мгновенно увидеть, что команда «сливает» план (например, плоская линия во второй половине месяца)?
9. Что эффективнее для контроля: аудит записей разговоров (слушать 10% звонков) или «тайный покупатель»? Назовите плюсы и минусы каждого метода.
10. Известно, что само по себе наблюдение за сотрудником (даже без обратной связи) временно повышает его эффективность. Как использовать этот эффект в управлении, не превращаясь в надзирателя?

Тестовые задания

Тест 1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

Рентабельность - это:

- а) прибыль;
- б) отношение прибыли к выручке;
- в) объем продаж;
- г) затраты.

Тест 2.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

Какие показатели эффективности используются?

- а) прибыль;
- б) выручка;
- в) конверсия;
- г) объем производства;
- д) рентабельность.

Тест 3.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Последовательность контроля:

- а) анализ;
- б) сбор данных;
- в) корректировка;
- г) оценка.

Контрольные задания

Задание 1.

Рассчитать рентабельность: прибыль 200 тыс., выручка 1 млн руб.

Задание 2.

Определить эффективность при росте прибыли на 15%.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее - КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 14 баллов.

Наименование контрольной знаний по разделу	Максимальное количество баллов за работу в рамках КЗР, которое может набрать студент
КТ 1	14
КТ 2	14
Итого:	28

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ - 1.

Раздел 1

Тематика докладов:

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ: СИСТЕМНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД

Тема 1.1. Сущность и роль управления продажами

1. Эволюция концепций продаж в системе управления предприятием.
2. Роль управления продажами в формировании финансовых результатов организации.
3. Взаимосвязь продаж с маркетингом и логистикой.
4. Функции и задачи управления продажами в современных условиях.
5. Влияние внешней среды на организацию продаж предприятия.

Тема 1.2. Организация системы продаж

1. Организационные структуры службы продаж: сравнительный анализ.
2. Особенности построения системы продаж в B2B и B2C сегментах.
3. Прямые и косвенные каналы сбыта: преимущества и недостатки.
4. Омниканальные продажи как современная модель взаимодействия с

клиентами.

5. Цифровые технологии в организации системы продаж.

Тема 1.3. Процесс продаж и управление воронкой

1. Этапы процесса продаж и их характеристика.
2. Воронка продаж как инструмент анализа эффективности.
3. Методы повышения конверсии на различных этапах продаж.
4. Управление клиентским опытом (Customer Journey) в продажах.
5. Использование CRM-систем в управлении продажами.

Тема 1.4. Планирование продаж

1. Методы прогнозирования спроса в системе планирования продаж.
2. Формирование и обоснование плана продаж предприятия.
3. Бюджетирование продаж и его роль в управлении.
4. Анализ отклонений фактических и плановых показателей.
5. Инструменты повышения точности планирования продаж.

5. Цифровизация и автоматизация процессов контроля продаж.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	1	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0,5	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0,5	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	4	

Опрос:

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	В чем заключается сущность управления продажами и какие задачи оно решает в организации?
2.	Какие основные функции управления продажами выделяются и в чем их содержание?
3.	Какова роль системы продаж в формировании выручки и прибыли предприятия?
4.	Как эволюционировали подходы к управлению продажами (от товарной к клиент-ориентированной концепции)?
5.	В чем проявляется взаимосвязь управления продажами с маркетингом, логистикой и производством?
6.	Какие организационные структуры службы продаж существуют (линейная, функциональная, дивизиональная) и в чем их особенности?
7.	В чем различие между централизованной и децентрализованной системой управления продажами?
8.	Какие существуют форматы продаж (B2B, B2C, B2G) и каковы их ключевые характеристики?
9.	Чем отличаются прямые и косвенные каналы сбыта, и какие факторы влияют на их выбор?
10.	Что представляет собой омниканальная модель продаж и какие преимущества она дает предприятию?

Критерии оценивания опроса:

Диапазон баллов	Описание критерия
5	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
4	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
2-3	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-1	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

ТЕСТ 1. Выбор нескольких правильных ответов

Задание 1.1.

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать несколько правильных ответов.

Записать только буквы выбранных вариантов ответа.

К этапам процесса продаж относятся:

- а) привлечение клиента
- б) производство товара
- в) выявление потребностей
- г) заключение сделки
- д) постпродажное обслуживание

Задание 1.2.

Показатели эффективности воронки продаж:

- а) конверсия
- б) средний чек
- в) количество сотрудников
- г) длительность сделки
- д) маржинальность

Задание 1.3.

Факторы, влияющие на конверсию продаж:

- а) квалификация менеджера
- б) цена товара
- в) погодные условия
- г) качество обработки лидов
- д) уровень конкуренции

Задание 1.4.

К элементам CRM-системы относятся:

- а) база клиентов
- б) история взаимодействий
- в) складские остатки
- г) аналитика продаж
- д) управление задачами

Задание 1.5.

Методы прогнозирования продаж:

- а) экстраполяция
- б) экспертные оценки
- в) бухгалтерский учет
- г) эконометрическое моделирование
- д) анализ трендов

Задание 1.6.

К элементам планирования продаж относятся:

- а) постановка целей
- б) анализ рынка
- в) подбор персонала
- г) разработка плана
- д) контроль выполнения

Задание 1.7.

К инструментам мотивации персонала продаж относятся:

- а) бонусы
- б) премии
- в) штрафы

- г) карьерный рост
- д) обучение

Задание 1.8.

К показателям эффективности менеджера по продажам относятся:

- а) объем продаж
- б) конверсия
- в) количество звонков
- г) себестоимость продукции
- д) выполнение плана

Задание 1.9.

К техникам продаж относятся:

- а) AIDA
- б) SPIN
- в) SWOT-анализ
- г) работа с возражениями
- д) переговоры

Задание 1.10.

К этапам модели AIDA относятся:

- а) внимание
- б) интерес
- в) анализ
- г) желание
- д) действие

ТЕСТ 2. Установление последовательности

Задание 2.1.

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Построить верную последовательность из предложенных элементов.

Записать буквы вариантов ответов в нужной последовательности.

Определите последовательность этапов процесса продаж:

- а) заключение сделки
- б) установление контакта
- в) выявление потребностей
- г) презентация предложения
- д) работа с возражениями

Задание 2.2.

Установите последовательность этапов работы с воронкой продаж:

- а) анализ конверсии
- б) привлечение клиентов
- в) закрытие сделки
- г) квалификация лидов
- д) выявление узких мест

Задание 2.3.

Определите последовательность этапов планирования продаж:

- а) постановка целей
- б) анализ рынка
- в) разработка плана
- г) прогнозирование
- д) контроль выполнения

Задание 2.4.

Установите последовательность разработки системы KPI:

- а) определение целей
- б) выбор показателей
- в) установление нормативов
- г) внедрение системы
- д) контроль и корректировка

Задание 2.5.

Определите последовательность процесса управления персоналом продаж:

- а) подбор персонала
- б) обучение
- в) мотивация
- г) оценка результатов
- д) корректировка

Задание 2.6.

Установите последовательность применения модели AIDA:

- а) интерес
- б) действие
- в) внимание
- г) желание

Критерии оценивания тестовых заданий:

Балы	Описание критерия
5	Свыше 80% правильных ответов. Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.

4-3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2-1	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

КТ - 2.

Тематика докладов:

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЕ

Тема 2.1. Управление персоналом отдела продаж

1. Особенности подбора и адаптации персонала отдела продаж.
2. Современные системы мотивации менеджеров по продажам.
3. КРІ как инструмент оценки эффективности персонала.
4. Обучение и развитие сотрудников в системе продаж.
5. Роль корпоративной культуры в повышении результативности продаж.

Тема 2.2. Методы и техники продаж

1. Классические и современные техники продаж: сравнительный анализ.
2. Применение модели AIDA в практике продаж.
3. Метод SPIN и его эффективность в B2B-продажах.
4. Технологии работы с возражениями клиентов.
5. Переговоры как инструмент успешных продаж.

Тема 2.3. Ценообразование и управление ассортиментом

1. Ценовая политика предприятия и ее влияние на продажи.
2. Методы ценообразования в современных условиях рынка.
3. ABC- и XYZ-анализ в управлении ассортиментом.
4. Формирование товарного портфеля предприятия.
5. Управление прибыльностью ассортимента.

Тема 2.4. Контроль и повышение эффективности продаж

1. Система контроля продаж на предприятии.
2. Показатели эффективности продаж и методы их анализа.
3. Рентабельность продаж как ключевой показатель эффективности.
4. Управление рисками в системе продаж.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	1	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0,5	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0,5	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	4	

Контрольные задания:

Задача 1. Анализ ценовой политики и прибыли от продаж

Предприятие реализует продукцию по цене 1 500 руб. за единицу. Объем продаж составляет 8 000 единиц. Себестоимость единицы продукции - 1 050 руб. В результате изменения рыночной ситуации предприятие снизило цену до 1 400 руб., при этом объем продаж увеличился до 9 200 единиц, а себестоимость снизилась до 1 000 руб. за единицу.

Требуется:

1. Рассчитать прибыль от продаж до и после изменения цены.
2. Определить изменение прибыли.
3. Оценить влияние изменения цены, объема продаж и себестоимости на прибыль (методом цепных подстановок).
4. Сделать вывод об эффективности ценового решения.

Задача 2. ABC-анализ ассортимента продукции

Предприятие реализует 5 товарных групп:

A – 2400 тыс. руб.

B – 1800 тыс. руб.

C – 900 тыс. руб.

D – 600 тыс. руб.

E – 300 тыс. руб.

Требуется:

1. Рассчитать общий объем выручки.
2. Определить долю каждого товара.
3. Провести ABC-анализ.
4. Сформулировать рекомендации по ассортименту.

Задача 3. Анализ рентабельности продаж

Выручка - 12 000 тыс. руб., себестоимость - 8 400 тыс. руб.,
коммерческие расходы - 1 200 тыс. руб.

Требуется:

1. Рассчитать прибыль от продаж.
2. Определить рентабельность продаж.
3. Оценить влияние снижения затрат на 10%.
4. Сделать вывод.

Задача 4. Анализ эффективности ассортимента

Товар 1: цена 500, себестоимость 350, объем 3000

Товар 2: цена 800, себестоимость 600, объем 2000

Товар 3: цена 1200, себестоимость 950, объем 1000

Требуется:

1. Рассчитать прибыль по каждому товару.
2. Общую прибыль.
3. Рентабельность.
4. Определить лучший товар.
5. Дать рекомендации.

Задача 5. Оценка эффективности продаж

Выручка: 15 000 тыс. руб., прибыль: 2 250 тыс. руб.

Позже: выручка 17 500 тыс. руб., прибыль 2 800 тыс. руб.

Требуется:

1. Рассчитать рентабельность.
2. Определить изменение.
3. Темпы роста.
4. Вывод.

Задача 6. Точка безубыточности

Цена: 2 000 руб.

Переменные затраты: 1 200 руб.

Постоянные затраты: 4 800 000 руб.

Требуется:

1. Маржинальная прибыль.

2. Точка безубыточности.
3. Выручка в точке безубыточности.
4. Запас прочности при 4000 единиц.
5. Вывод.

Критерии оценивания контрольных заданий:

Диапазон баллов	Описание критерия
7	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
6-4	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
3-1	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в письменной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет с вариантами задач. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей решения задач, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

РАЗДЕЛ 1. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДАЖАМИ: СИСТЕМНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД

Тема 1.1. Сущность и роль управления продажами

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
-------	--------

1.	Сущность, цели и задачи управления продажами в системе управления предприятием
2.	Роль управления продажами в обеспечении финансовой устойчивости организации
3.	Взаимосвязь управления продажами с маркетинговой и производственной деятельностью
4.	Основные функции системы управления продажами
5.	Эволюция концепций продаж: от товарной к клиент-ориентированной модели

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1

По результатам деятельности предприятия выручка составила 60 000 тыс. руб. при плановом значении 55 000 тыс. руб. Себестоимость реализованной продукции - 42 000 тыс. руб., плановая - 40 000 тыс. руб.

Требуется:

Определить абсолютное отклонение выручки и себестоимости.

Рассчитать темп роста выручки и себестоимости.

Сделать вывод о динамике показателей.

Ключевые ответы:

Отклонение выручки: +5 000 тыс. руб.

Отклонение себестоимости: +2 000 тыс. руб.

Темп роста выручки: 109,1%

Темп роста себестоимости: 105%

Вывод: выручка растет быстрее себестоимости, что свидетельствует об улучшении финансового результата.

Задание 2

Определите, какие из перечисленных источников информации относятся к внутренним, а какие - к внешним: бухгалтерская отчетность, CRM-система, данные государственной статистики, штатное расписание, отраслевые обзоры, отчеты отдела продаж, информация конкурентов.

Ключевые ответы:

Внутренние: бухгалтерская отчетность, CRM-система, штатное расписание, отчеты отдела продаж

Внешние: государственная статистика, отраслевые обзоры, информация конкурентов

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Метод анализа, основанный на сравнении показателей за ряд периодов		
2.	Критерий информации, отражающий её актуальность для принятия решений		

3. Задания закрытого типа

Тест 1

Внимательно прочитайте текст задания и выберите один верный ответ.

Что относится к внутренним информационным потокам организации?

- а) данные государственной статистики
- б) отчеты о финансово-хозяйственной деятельности предприятия
- в) отраслевые обзоры
- г) нормативно-правовые акты

Тест 2

Выберите несколько правильных ответов.

Какие критерии используются при отборе источников информации для анализа?

- а) полнота информации
- б) красочность оформления
- в) достоверность информации
- г) своевременность предоставления
- д) объем документа

Тема 1.2. Организация системы продаж

1. Задания открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Организационные структуры службы продаж на предприятии
2.	Прямые и косвенные каналы сбыта: сущность и различия
3.	Особенности B2B и B2C моделей продаж
4.	Функции каналов распределения в системе продаж

1.2. Контрольные задания

Задание 1

Предприятие реализует продукцию через два канала: прямые продажи и дилерскую сеть. Общий объем продаж - 10 000 единиц, через дилеров реализовано 6 500 единиц.

Требуется:

Рассчитать долю каждого канала.

Оценить структуру системы продаж.

Сделать вывод об эффективности каналов.

Ключевые ответы:

Дилеры: 65%

Прямые продажи: 35%

Вывод: преобладание косвенного канала указывает на зависимость от посредников.

Задание 2

Сравнить прямой и косвенный канал сбыта по критериям: контроль, затраты, скорость выхода на рынок.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Канал с максимальным уровнем контроля		
2.	Модель продаж между компаниями		

3. Закрытые задания

Тест 1

B2C - это:

а) продажи компаниям

б) продажи государству

в) продажи конечным потребителям

г) оптовые продажи

Тест 2

К косвенным каналам относятся:

а) интернет-магазин производителя

б) дилеры

в) дистрибьюторы

г) собственные магазины

Тема 1.3. Процесс продаж и управление воронкой

1. Задания открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Этапы процесса продаж и их характеристика
2.	Сущность воронки продаж как инструмента управления
3.	Показатели эффективности воронки продаж
4.	Роль CRM-систем в управлении продажами
5.	Понятие и значение конверсии

1.2. Контрольные задания

Задание 1

Из 1 200 потенциальных клиентов покупку совершили 150.

Требуется:

Рассчитать конверсию.

Оценить эффективность работы отдела продаж.

Ключевой ответ:

Конверсия = 12,5%

Вывод: средний уровень эффективности, требуется повышение обработки лидов.

Задание 2

Определить этап воронки, на котором происходит наибольшая потеря клиентов при снижении конверсии с 40% до 15%.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
-------	--------------------	------------------	--

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Показатель перехода между этапами продаж		
2.	Система управления клиентами		

3. Закрытые задания

Тест 1

Воронка продаж отражает:

- а) прибыль
- б) путь клиента
- в) затраты
- г) производство

Тест 2

Этапы продаж включают:

- а) выявление потребностей
- б) производство
- в) заключение сделки
- г) логистику

Тема 1.4. Планирование продаж

1. Задания открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Сущность и значение планирования продаж
2.	Методы прогнозирования продаж
3.	Этапы формирования плана продаж
4.	Бюджетирование в системе продаж
5.	Контроль выполнения плана продаж

1.2. Контрольные задания

Задание 1

План продаж - 5 000 единиц, факт - 4 500 единиц.

Требуется:

Определить выполнение плана в процентах.
Рассчитать отклонение.
Сделать вывод.

Ключевой ответ:
Выполнение: 90%
Отклонение: -500 единиц
Вывод: план не выполнен, требуется корректировка стратегии.

Задание 2

Спрогнозировать объем продаж при росте на 8% от базового уровня 10 000 единиц.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Метод прогнозирования на основе мнений экспертов		
2.	Этап постановки целей		

3. Задания закрытого типа

Тест 1

План продаж - это:

- а) отчет
- б) прогноз
- в) документ с целевыми показателями
- г) стратегия маркетинга

Тест 2

К методам прогнозирования относятся:

- а) экстраполяция
- б) анкетирование
- в) анализ баланса
- г) экспертные оценки

Тема 2.1. Управление персоналом отдела продаж.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Сущность и функции управления персоналом отдела продаж
2.	Система мотивации сотрудников отдела продаж: материальные и нематериальные инструменты
3.	Роль КРІ в оценке эффективности менеджеров по продажам
4.	Этапы подбора, адаптации и обучения персонала продаж
5.	Влияние корпоративной культуры на результаты продаж

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1

Менеджер по продажам заключил сделок на сумму 300 000 руб. при установленной ставке бонуса 6%.

Требуется:

Рассчитать размер бонуса сотрудника.

Оценить долю переменной части вознаграждения.

Сделать вывод о мотивационной эффективности системы оплаты труда.

Ключевой ответ:

Бонус = 18 000 руб.

Система стимулирует результативность при наличии переменной части оплаты.

Задание 2

В компании КРІ менеджера включают: выполнение плана продаж (40%), конверсию (30%), количество новых клиентов (30%). Фактическое выполнение КРІ составило 85%.

Требуется:

Оценить уровень эффективности сотрудника.

Сделать вывод о необходимости корректировки КРІ.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Что является ключевым инструментом мотивации		

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
	продавцов, ориентированным на результат		
2.	Какой элемент относится к нематериальной мотивации		

3. Задания закрытого типа

Тест 1

Что относится к материальной мотивации персонала?

- а) карьерный рост
- б) премии
- в) признание
- г) обучение

Тест 2

Какие показатели используются в системе КРІ?

- а) объем продаж
- б) прибыль
- в) погода
- г) конверсия

Тема 2.2. Методы и техники продаж.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Сущность и этапы процесса продаж
2.	Характеристика модели AIDA
3.	Метод SPIN-продаж и его особенности
4.	Технологии работы с возражениями клиентов
5.	Роль переговоров в процессе продаж

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1

Менеджер использует модель AIDA при продаже товара стоимостью 10 000 руб.

Требуется:

Раскрыть этапы применения модели AIDA.
Привести пример действий продавца на каждом этапе.

Ключевой ответ:

Attention - привлечение внимания

Interest - формирование интереса

Desire - формирование желания

Action - совершение покупки

Задание 2

Клиент возражает: «Цена слишком высокая».

Требуется:

Предложить 2–3 варианта работы с возражением.

Обосновать выбранную стратегию.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Модель, основанная на выявлении потребностей клиента через вопросы		
2.	Этап привлечения внимания в модели продаж		

3. Задания закрытого типа

Тест 1

Модель AIDA включает:

а) внимание

б) анализ

в) интерес

г) действие

Тест 2

К техникам продаж относится:

а) SPIN

б) SWOT

в) AIDA

г) бухгалтерский учет

Тема 2.3. Ценообразование и управление ассортиментом.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Сущность ценовой политики предприятия
2.	Методы ценообразования в продажах
3.	Сущность ABC-анализа ассортимента
4.	Управление товарным ассортиментом предприятия
5.	Влияние цены на объем продаж

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1

Цена товара - 1 200 руб., себестоимость - 800 руб., объем продаж - 5 000 единиц.

Требуется:

Рассчитать прибыль.

Определить выручку.

Сделать вывод об эффективности продаж.

Ключевой ответ:

Прибыль на единицу = 400 руб.

Общая прибыль = 2 000 000 руб.

Выручка = 6 000 000 руб.

Задание 2

Провести ABC-анализ по данным продаж трех товарных групп.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Метод классификации товаров по их вкладу в прибыль		
2.	Основной фактор, влияющий на цену		

3. Задания закрытого типа

Тест 1

ABC-анализ используется для:

- а) учета затрат
- б) классификации товаров
- в) анализа персонала
- г) логистики

Тест 2

Цена влияет на:

- а) спрос
- б) склад
- в) персонал
- г) маркетинг

Тема 2.4. Контроль и эффективность продаж.

1. Задания открытого типа

1.1. Вопросы открытого типа

№ п/п	Вопрос
1.	Система контроля продаж на предприятии
2.	Показатели эффективности продаж
3.	Сущность рентабельности продаж
4.	KPI как инструмент контроля эффективности
5.	Методы повышения эффективности продаж

1.2. Контрольные задания с ключами правильных ответов

Задание 1

Выручка предприятия - 1 500 000 руб., прибыль - 300 000 руб.

Требуется:

Рассчитать рентабельность продаж.

Оценить эффективность деятельности.

Ключевой ответ:

Рентабельность = 20%

Вывод: средний уровень эффективности, требуется рост прибыли.

Задание 2

Фактические продажи составили 9 000 единиц при плане 10 000.

Требуется:

Определить выполнение плана.

Рассчитать отклонение.

Сделать вывод.

2. Задания комбинированного типа

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора

№ п/п	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Показатель эффективности продаж		
2.	Инструмент контроля менеджеров		

3. Задания закрытого типа

Тест 1

Рентабельность продаж - это:

- а) прибыль
- б) отношение прибыли к выручке
- в) затраты
- г) объем продаж

Тест 2

К показателям эффективности относятся:

- а) прибыль
- б) КРІ
- в) производство
- г) логистика

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100

<p>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</p>	75-89
<p>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>	60-74
<p>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	1-59

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли

выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по

изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность – до 15 минут. Вторая часть – выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность – 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность – 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся

необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

Гусарова, В. Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации : практическое руководство / В. Гусарова, К. Птуха. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 208 с. - ISBN 978-5-9614-4413-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2233566>

Лукич, Р. М. Управление продажами : практическое руководство / Р. М. Лукич. - Москва : Альпина Паблишер, 2026. - 216 с. - ISBN 978-5-9614-2243-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2231493>

8.2. Дополнительная литература

Управление продажами : учебник / под общ. ред. С. В. Земляк. - Москва : ИНФРА-М, 2026. - 300 с. - ISBN 978-5-16-021380-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2223346>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 31.07.2025) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

8.4. Интернет-ресурсы

<http://www.kremlin.ru/acts/bank/30456>

<https://cyberleninka.ru/>

9. Материально-техническая база, информационные технологии,

программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, закреплены аудитории согласно расписанию учебных занятий:

рабочее место преподавателя, посадочные места по количеству обучающихся, доска меловая, персональный компьютер с лицензированным программным обеспечением общего назначения, мультимедийный проектор, экран, интерактивная панель.

Перечень программного обеспечения:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

- МТС-link

Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

База данных Ассоциации менеджеров России www.amr.ru

Портал профессионального сообщества менеджеров www.e-executive.ru