

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Теория и практика продаж

Код модуля
1157223

Модуль
Теория и практика продаж

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Никитина Наталья Юрьевна	кандидат экономических наук, без ученого звания	Доцент	региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Никитина Наталья Юрьевна, Доцент, региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Теория и практика продаж

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Теория и практика продаж

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1 -Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических профессиональных задач	З-1 - Методы сбора, обработки и анализа данных П-1 - Владеть основными методами сбора и анализа данных П-2 - Способен решать оперативные и тактические профессиональные задачи У-1 - Применять методы сбора, обработки и анализа данных	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)**3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>		100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – не предусмотрено		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>		100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.5		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.5		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям –не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям –		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)		
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов	Шкала оценивания

	обучения (выполненное оценочное задание)	Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно но (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. 1. Введение в управление отделом продаж 2. Торговые представители: организация, подбор и подготовка кадров 3. Стратегическая роль информации в управлении продажами и планирование сбытовой деятельности

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. 8.3.1. Примерные задания для проведения мини-контрольных

Примерные задания

Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:*

1. Аналитика
2. Общение с клиентом
3. Продажи

Комментарии: Правильный ответ -3. У менеджера по продажам не будет возникать сомнений при ответе на этот вопрос.

Основные этапы продаж это:*

1. Знакомство, выявление потребностей, заключение сделки
2. Знакомство, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, заключение сделки
3. Презентация, работа с возражениями, оформление сделки, аналитическая работа

Комментарии: Правильный ответ -2.

При подготовке к продажам используется:*

1. Клиентская база данных
2. Холодный обзвон
3. Данные дебиторской задолженности
4. Все перечисленное
5. Ни одного из перечисленных

Комментарии: Правильные ответы 1,3. Этот вопрос на внимательность менеджера. Холодный обзвон является частью процесса продажи и любой менеджер об этом знает.

Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:*

1. Продажа
2. Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании
3. Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.
4. Все перечисленные
5. Ни одно из перечисленных

Комментарии: Здесь все просто. Правильный ответ - 4.

Какие преимущества получает менеджер по продажам, если с нужным человеком его соединяет по телефону секретарь?:*

1. Можно преподнести свое предложение в наиболее выгодном свете
2. Можно познакомиться с девушкой
3. Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте
4. Все перечисленные
5. Никаких

Комментарии: Правильный ответ 3. Однако у нас был кандидат ответивший на этот вопрос ответами 2 и 3. Сейчас молодой человек работает менеджером и получает около 500 тыс.рублей в месяц. Но это скорее исключение из правил, поскольку так на этот вопрос ответил только он один.

Вы открываете продажу обычно:*

1. Знакомством, кратким представлением себя и компании
2. Короткой презентацией своего предложения
3. Поиском потребности, пытаетесь заинтересовать
4. Пытаетесь сразу заключить сделку
5. Все перечисленное
6. Не знаю

Комментарии: Здесь важно соблюдать последовательность этапов продаж. Правильный ответ 1.

Вы продаете оптовую партию продукции. Для уточнения размера отгрузки лучше всего использовать:*

1. уточняющие вопросы
2. Ситуационные вопросы
3. Метод SPIN
4. FAB концепцию
5. Все перечисленное
6. Ни одно из перечисленного

Комментарии: Этот вопрос на квалификацию менеджера и понимание того, сталкивался ли он с подобными ситуациями. Правильный ответ -1. Если кандидат отвечает 5, то он вероятно в принципе не понимает что такое техника продаж.

Основное понимание FAB концепции состоит в:

1. Превращении преимущества товара в выгоду для потребителя
2. Превращении свойств товара в выгоду
3. Превращении свойств товара в его преимущество

FAB концепция - концепция Свойство, Преимущество, Выгода

Комментарии: Суть FAB концепции состоит в превращении свойств товара в выгоду для потребителя. Ответ 2. Ответ на этот вопрос позволяет понять работал ли менеджер в западных компаниях. Такую концепцию в основном изучают на тренингах преимущественно в западных компаниях.

Для проведения грамотной презентации необходимо:*

1. Понимание всех достоинств и недостатков своего товара
2. Понимание потребностей клиента
3. Оба

Комментарии: Здесь все просто. Правильный ответ 3.

При работе с возражениями клиента, лучше всего использовать:*

1. Уточняющие вопросы
2. Ситуационные вопросы
3. Метод SPIN
4. Личный дар убеждения
5. Все перечисленное

Комментарии: Это вопрос для профессионалов. Уточняющие и ситуационные вопросы, являются частью метода SPIN, который используется в основном при работе с возражениями клиента. Однако личный дар убеждения на практике, является одним из способов преодолеть даже самые жесткие возражения клиента. Правильный ответ 3, а отличный ответ: 3,4.

На этапе заключения сделки с покупателем, необходимы:*

1. Твердость и решительность
2. Лояльность и гибкость
3. Понимание потребностей клиента
4. Презентационные навыки
5. Грамотная работа с возражениями

Комментарии: Правильный ответ 1. Если речь идет о понимании потребности, или презентации, работы с возражениями, то это значит что работа на этих этапах была

проведена недостаточно эффективно. Что касается цены и условий, то существуют понятие выгоды. Иногда следует быть гибким, но не лояльным. Особенно при заключении сделки.

Сочетание каких качеств менеджера по продажам важны на этапе выстраивания партнерских взаимоотношений с клиентом?:

1. Знание продукта, владение техникой продаж, уверенность в себе, энтузиазм
2. Компетентность, знание основ маркетинга, владение техникой продаж
3. Понимание специфики бизнеса, умение руководить, умение совершать сделки
4. Первое и второе
5. Ни одно из них

Комментарии: Правильный ответ -1. Компетентность, знание основ маркетинга - важны бренд-менеджеру, понимание специфики и умение руководить - важно для руководителя отдела продаж.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Домашние работы выполняются в форме подготовки научной статьи Темы:

Примерные задания

1. Маркетинговые Нематериальные активы и управление ими
2. Доверие в B2B маркетинге и продажах как основа отношений
3. Управление потенциалом покупателя
4. Социальные сети как инструмент в B2B продаж
5. Продажи и маркетинг в наукоёмких предприятий
6. Сетевой подход в маркетинге
7. Инновационный потенциал клиентских отделов
8. Управление продажами в компаниях B2B рынка (инновационный подход)
9. Стратегия межфирменных взаимодействий
10. Бенчмаркинг как технология повышения эффективности в области продаж в компаниях B2B рынка
11. Управление маркетинговой информацией в компаниях B2Bрынка
12. Управление коммерческими затратами
13. Стратегии 7С и «кайзен» для успешных продаж

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. 1. Область управления сбытовой деятельностью 2. Стратегическое управление продажами 3. Процесс личных продаж 4. Торговые представители: организация, подбор и подготовка кадров 5. Организация работы отдела продаж 6. Квалификационные требования к должности торгового представителя 7. Координация торговых

представителей 8. Мотивация торговых представителей 9. Оплата труда торговых представителей 10. Коммерческие и представительские расходы и управление ими 11. Руководство сбытовым персоналом 12. Планирование сбытовой деятельности 13. Стратегическая роль информации в управлении продажами 14. Прогнозирование объемов продаж 15. Проектирование территорий продаж 16. Анализ продаж для принятия управленческих решений 17. Анализ рентабельности и затрат на маркетинг
LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	профориентационная деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-1	З-1 У-1 П-1 П-2	Зачет Практические/семинарские занятия