

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Сыров Игорь Анатольевич  
Должность: Директор  
Дата подписания: 28.08.2025 16:21:25  
Уникальный программный ключ:  
b683afe664d7e9f64175886cf9626a196149ad36

СТЕРЛИТАМАКСКИЙ ФИЛИАЛ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УФИМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ»

Факультет Экономический филиала в г. Стерлитамак  
Кафедра Кафедра экономической безопасности, бухгалтерского учета и финансов

Оценочные материалы по дисциплине (модулю)

дисциплина Исследования рынка и управление продажами

Блок Б1, часть, формируемая участниками образовательных отношений, Б1.В.01.06

цикл дисциплины и его часть (обязательная часть или часть, формируемая участниками образовательных отношений)

Направление

43.03.01

Сервис

код

наименование направления

Программа

Логистика в бизнесе

Форма обучения

Очно-заочная

Для поступивших на обучение в  
2025 г.

Разработчик (составитель)

старший преподаватель

Брежнева О. В.

ученая степень, должность, ФИО

|                                                                                                                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и описание показателей и критериев оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)</b> | <b>3</b>  |
| <b>2. Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)</b>                                                             | <b>13</b> |
| <b>3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), описание шкал оценивания</b>                    | <b>24</b> |

**1. Перечень компетенций, индикаторов достижения компетенций и описание показателей и критериев оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

| Формируе<br>мая<br>компетен<br>ция (с<br>указанием<br>кода)                                                                                                                       | Код и<br>наименова<br>ние<br>индикатор<br>а<br>достижени<br>я<br>компетенц<br>ии                                                                                                                  | Результаты<br>обучения по<br>дисциплине<br>(модулю)                                                                                                                                                                                                                                            | Показатели и критерии оценивания результатов обучения по<br>дисциплине (модулю)                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Вид<br>оценочного<br>средства                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                                                                                                                 | 2                                                                                                                                                                                                 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 4                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 5                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                | неуд.                                                                                                                                                                                                                                                                   | удовл.                                                                                                                                                                                                                                                                              | хорошо                                                                                                                                                                                                                                                                          | отлично                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                    |
| ПК-2.<br>Способен<br>осуществл<br>ять<br>контроль<br>ключевых<br>финансовы<br>х<br>показателе<br>й<br>логистичес<br>кой<br>деятельнос<br>ти по<br>перевозке<br>в цепи<br>поставок | ПК-2.1.<br>Осуществля<br>ет контроль<br>финансовы<br>х<br>показателей<br>(рентабельн<br>ость<br>перевозок,<br>выполнение<br>плана по<br>валовой<br>прибыли,<br>выполнение<br>плана по<br>прибыли) | Обучающийся<br>должен:<br>Знать:<br>маркетинговые<br>концепции и<br>ориентируется в<br>видах маркетинга<br>в зависимости от<br>объекта<br>управления,<br>инструменты<br>управления<br>продажами,<br>методы<br>проведения<br>анализа рынка<br>Не умеет:<br>использовать<br>основные<br>методики | Не знает:<br>маркетинговые<br>концепции и<br>ориентируется в<br>видах маркетинга<br>в зависимости от<br>объекта<br>управления,<br>инструменты<br>управления<br>продажами,<br>методы<br>проведения<br>анализа рынка<br>Не умеет:<br>использовать<br>основные<br>методики | Частично знает:<br>маркетинговые<br>концепции и<br>ориентируется в<br>видах маркетинга<br>в зависимости от<br>объекта<br>управления,<br>инструменты<br>управления<br>продажами,<br>методы<br>проведения<br>анализа рынка<br>Частично умеет:<br>использовать<br>основные<br>методики | Хорошо знает:<br>маркетинговые<br>концепции и<br>ориентируется в<br>видах маркетинга<br>в зависимости от<br>объекта<br>управления,<br>инструменты<br>управления<br>продажами,<br>методы<br>проведения<br>анализа рынка<br>Хорошо умеет:<br>использовать<br>основные<br>методики | Отлично знает:<br>маркетинговые<br>концепции и<br>ориентируется в<br>видах маркетинга<br>в зависимости от<br>объекта<br>управления,<br>инструменты<br>управления<br>продажами,<br>методы<br>проведения<br>анализа рынка<br>Отлично умеет:<br>использовать<br>основные<br>методики | Устный<br>опрос, в том<br>числе<br>вопросы для<br>самостоятель<br>ного<br>изучения |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>основные методики стимулирования продаж для повышения эффективности деятельности предприятия, применять инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках выданного задания, проводить сегментацию рынка на основе результатов проведенного маркетингового исследования или собранной вторичной информации и выбирает целевой рынок. Владеть: методы составления плана торгового предприятия с учетом</p> | <p>стимулирования продаж для повышения эффективности деятельности предприятия, применять инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках выданного задания, проводить сегментацию рынка на основе результатов проведенного маркетингового исследования или собранной вторичной информации и выбирает целевой рынок. Не владеет: методы составления плана торгового предприятия с учетом обоснованных</p> | <p>стимулирования продаж для повышения эффективности деятельности предприятия, применять инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках выданного задания, проводить сегментацию рынка на основе результатов проведенного маркетингового исследования или собранной вторичной информации и выбирает целевой рынок. Частично владеет: методы составления плана торгового предприятия с учетом обоснованных</p> | <p>стимулирования продаж для повышения эффективности деятельности предприятия, применять инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках выданного задания, проводить сегментацию рынка на основе результатов проведенного маркетингового исследования или собранной вторичной информации и выбирает целевой рынок. Хорошо владеет: методы составления плана торгового предприятия с учетом обоснованных</p> | <p>стимулирования продаж для повышения эффективности деятельности предприятия, применять инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках выданного задания, проводить сегментацию рынка на основе результатов проведенного маркетингового исследования или собранной вторичной информации и выбирает целевой рынок. Отлично владеет: методы составления плана торгового предприятия с учетом обоснованных</p> |  |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|  |                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                |               |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|  |                                                                                      | обоснованных расчетов, навыками анализа полученных результатов и выработки управленческого решения в рамках выданного задания, оценки полученных результатов после применения методов маркетингового исследования и сегментирования рынков. | расчетов, навыками анализа полученных результатов и выработки управленческого решения в рамках выданного задания, оценки полученных результатов после применения методов маркетингового исследования и сегментирования рынков. | расчетов, навыками анализа полученных результатов и выработки управленческого решения в рамках выданного задания, оценки полученных результатов после применения методов маркетингового исследования и сегментирования рынков. | расчетов, навыками анализа полученных результатов и выработки управленческого решения в рамках выданного задания, оценки полученных результатов после применения методов маркетингового исследования и сегментирования рынков. | расчетов, навыками анализа полученных результатов и выработки управленческого решения в рамках выданного задания, оценки полученных результатов после применения методов маркетингового исследования и сегментирования рынков. |               |
|  | ПК-2.2. Проводит оценку и анализ выявленных отклонений (в абсолютном выражении или в | Обучающийся должен:<br>Знать: необходимые для осуществления профессиональной деятельности нормативные и методические документы, включая порядок,                                                                                            | Не знает: необходимые для осуществления профессиональной деятельности нормативные и методические документы, включая порядок, процедуры и условия                                                                               | Частично знает: необходимые для осуществления профессиональной деятельности нормативные и методические документы, включая порядок, процедуры и условия                                                                         | Хорошо знает: необходимые для осуществления профессиональной деятельности нормативные и методические документы, включая порядок, процедуры и условия                                                                           | Отлично знает: необходимые для осуществления профессиональной деятельности нормативные и методические документы, включая порядок, процедуры и условия                                                                          | Решение задач |

|  |            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
|--|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | процентах) | процедуры и условия заключения и оформления договоров на предоставление разных видов финансовых услуг, а также документы, регламентирующие работы по информационному обеспечению, экономические и юридические аспекты оказания финансовых и консультационных услуг, инвестиционное законодательство, стандарты финансового учета и отчетности. Уметь: работать в автоматизированных системах информационного обеспечения, использовать | заключения и оформления договоров на предоставление разных видов финансовых услуг, а также документы, регламентирующие работы по информационному обеспечению, экономические и юридические аспекты оказания финансовых и консультационных услуг, инвестиционное законодательство, стандарты финансового учета и отчетности. Не умеет: работать в автоматизированных системах информационного обеспечения, использовать персональный | заключения и оформления договоров на предоставление разных видов финансовых услуг, а также документы, регламентирующие работы по информационному обеспечению, экономические и юридические аспекты оказания финансовых и консультационных услуг, инвестиционное законодательство, стандарты финансового учета и отчетности. Частично умеет: работать в автоматизированных системах информационного обеспечения, использовать персональный | заключения и оформления договоров на предоставление разных видов финансовых услуг, а также документы, регламентирующие работы по информационному обеспечению, экономические и юридические аспекты оказания финансовых и консультационных услуг, инвестиционное законодательство, стандарты финансового учета и отчетности. Хорошо умеет: работать в автоматизированных системах информационного обеспечения, использовать персональный | заключения и оформления договоров на предоставление разных видов финансовых услуг, а также документы, регламентирующие работы по информационному обеспечению, экономические и юридические аспекты оказания финансовых и консультационных услуг, инвестиционное законодательство, стандарты финансового учета и отчетности. Отлично умеет: работать в автоматизированных системах информационного обеспечения, использовать персональный |  |
|--|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>персональный компьютер, оргтехнику, банкоматы и платежные терминалы, оформлять и проверять правильность заполнения документации по финансовым сделкам, разъяснять клиентам содержание таких документов и создавать комфортные условия для клиента в процессе оформления документов, систематизировать финансовую и юридическую информацию. Владеть: навыками консультирования клиентов по</p> | <p>компьютер, оргтехнику, банкоматы и платежные терминалы, оформлять и проверять правильность заполнения документации по финансовым сделкам, разъяснять клиентам содержание таких документов и создавать комфортные условия для клиента в процессе оформления документов, систематизировать финансовую и юридическую информацию. Не владеет: навыками консультирования клиентов по вопросам</p> | <p>компьютер, оргтехнику, банкоматы и платежные терминалы, оформлять и проверять правильность заполнения документации по финансовым сделкам, разъяснять клиентам содержание таких документов и создавать комфортные условия для клиента в процессе оформления документов, систематизировать финансовую и юридическую информацию. Частично владеет: навыками консультирования клиентов по</p> | <p>компьютер, оргтехнику, банкоматы и платежные терминалы, оформлять и проверять правильность заполнения документации по финансовым сделкам, разъяснять клиентам содержание таких документов и создавать комфортные условия для клиента в процессе оформления документов, систематизировать финансовую и юридическую информацию. Хорошо владеет: навыками консультирования клиентов по вопросам</p> | <p>компьютер, оргтехнику, банкоматы и платежные терминалы, оформлять и проверять правильность заполнения документации по финансовым сделкам, разъяснять клиентам содержание таких документов и создавать комфортные условия для клиента в процессе оформления документов, систематизировать финансовую и юридическую информацию. Отлично владеет: навыками консультирования клиентов по вопросам</p> |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | вопросам оформления документов, связанных с различными финансовыми продуктами и услугами, ведением заявок, составлением регулярной аналитической отчетности, анализа и проверки документов на предмет комплектности, обеспечения сохранности и конфиденциальности информации, осуществления контроля подготовки и исполнения договоров и контрактов в области финансового консультирования | оформления документов, связанных с различными финансовыми продуктами и услугами, ведением заявок, составлением регулярной аналитической отчетности, анализа и проверки документов на предмет комплектности, обеспечения сохранности и конфиденциальности информации, осуществления контроля подготовки и исполнения договоров и контрактов в области финансового консультирования | вопросам оформления документов, связанных с различными финансовыми продуктами и услугами, ведением заявок, составлением регулярной аналитической отчетности, анализа и проверки документов на предмет комплектности, обеспечения сохранности и конфиденциальности информации, осуществления контроля подготовки и исполнения договоров и контрактов в области финансового консультирования | оформления документов, связанных с различными финансовыми продуктами и услугами, ведением заявок, составлением регулярной аналитической отчетности, анализа и проверки документов на предмет комплектности, обеспечения сохранности и конфиденциальности информации, осуществления контроля подготовки и исполнения договоров и контрактов в области финансового консультирования | оформления документов, связанных с различными финансовыми продуктами и услугами, ведением заявок, составлением регулярной аналитической отчетности, анализа и проверки документов на предмет комплектности, обеспечения сохранности и конфиденциальности информации, осуществления контроля подготовки и исполнения договоров и контрактов в области финансового консультирования |  |
|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|



|  |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                    |
|--|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
|  |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                    |
|  | ПК-2.3.<br>Осуществляет контроль исполнения утвержденных планов и решений | Обучающийся должен:<br>Знать: основные характеристики и особенности продукции, поставляемой на внешние рынки, методы продвижения, нормативные акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность, английский язык и правила административного документооборота и составления отчетности, а также пожарной безопасности и охраны труда<br>Уметь: разрабатывать тексты | Не знает:<br>основные характеристики и особенности продукции, поставляемой на внешние рынки, методы продвижения, нормативные акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность, английский язык и правила административного документооборота и составления отчетности, а также пожарной безопасности и охраны труда<br>Не умеет: разрабатывать тексты рекламной | Частично знает:<br>основные характеристики и особенности продукции, поставляемой на внешние рынки, методы продвижения, нормативные акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность, английский язык и правила административного документооборота и составления отчетности, а также пожарной безопасности и охраны труда<br>Частично умеет: разрабатывать тексты рекламной | Хорошо знает:<br>основные характеристики и особенности продукции, поставляемой на внешние рынки, методы продвижения, нормативные акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность, английский язык и правила административного документооборота и составления отчетности, а также пожарной безопасности и охраны труда<br>Частично умеет: разрабатывать тексты рекламной | Отлично знает:<br>основные характеристики и особенности продукции, поставляемой на внешние рынки, методы продвижения, нормативные акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность, английский язык и правила административного документооборота и составления отчетности, а также пожарной безопасности и охраны труда<br>Отлично умеет: разрабатывать тексты рекламной | Контрольная работа |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>рекламной информации на иностранном языке, подготавливать коммерческие предложения, запросы, оформлять документацию, составлять отчеты, в том числе с использованием вычислительной, копировальной, вспомогательной техники и телекоммуникационной связи</p> <p>Владеть: навыками применения методов организации рекламы продукции на внешних рынках, оценки результативности рекламной информации,</p> | <p>информации на иностранном языке, подготавливать коммерческие предложения, запросы, оформлять документацию, составлять отчеты, в том числе с использованием вычислительной, копировальной, вспомогательной техники и телекоммуникационной связи</p> <p>Не владеет: навыками применения методов организации рекламы продукции на внешних рынках, оценки результативности рекламной информации, поиска и анализа</p> | <p>информации на иностранном языке, подготавливать коммерческие предложения, запросы, оформлять документацию, составлять отчеты, в том числе с использованием вычислительной, копировальной, вспомогательной техники и телекоммуникационной связи</p> <p>Частично владеет: навыками применения методов организации рекламы продукции на внешних рынках, оценки результативности рекламной информации,</p> | <p>информации на иностранном языке, подготавливать коммерческие предложения, запросы, оформлять документацию, составлять отчеты, в том числе с использованием вычислительной, копировальной, вспомогательной техники и телекоммуникационной связи</p> <p>Частично владеет: навыками применения методов организации рекламы продукции на внешних рынках, оценки результативности рекламной информации,</p> | <p>информации на иностранном языке, подготавливать коммерческие предложения, запросы, оформлять документацию, составлять отчеты, в том числе с использованием вычислительной, копировальной, вспомогательной техники и телекоммуникационной связи</p> <p>Отлично владеет: навыками применения методов организации рекламы продукции на внешних рынках, оценки результативности рекламной информации, поиска и анализа</p> |  |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | поиска и анализа информации о потенциальных партнерах, анализа коммерческих предложений и запросов, подготовки сводных отчетов и предложений, направлений запросов, приглашений и информации участникам внешнеторгового контракта, обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта, формирования проекта внешнеторгового контракта, проверки документации и | информации о потенциальных партнерах, анализа коммерческих предложений и запросов, подготовки сводных отчетов и предложений, направлений запросов, приглашений и информации участникам внешнеторгового контракта, обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта, формирования проекта внешнеторгового контракта, проверки документации и подготовки | поиска и анализа информации о потенциальных партнерах, анализа коммерческих предложений и запросов, подготовки сводных отчетов и предложений, направлений запросов, приглашений и информации участникам внешнеторгового контракта, обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта, формирования проекта внешнеторгового контракта, проверки документации и | поиска и анализа информации о потенциальных партнерах, анализа коммерческих предложений и запросов, подготовки сводных отчетов и предложений, направлений запросов, приглашений и информации участникам внешнеторгового контракта, обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта, формирования проекта внешнеторгового контракта, проверки документации и | информации о потенциальных партнерах, анализа коммерческих предложений и запросов, подготовки сводных отчетов и предложений, направлений запросов, приглашений и информации участникам внешнеторгового контракта, обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта, формирования проекта внешнеторгового контракта, проверки документации и подготовки |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|  |  |                                                                       |                                                         |                                                                       |                                                                       |                                                         |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--|
|  |  | подготовки<br>процедуры<br>подписания<br>Внешнеторгового<br>контракта | процедуры<br>подписания<br>Внешнеторгового<br>контракта | подготовки<br>процедуры<br>подписания<br>Внешнеторгового<br>контракта | подготовки<br>процедуры<br>подписания<br>Внешнеторгового<br>контракта | процедуры<br>подписания<br>Внешнеторгового<br>контракта |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--|

## **2. Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю)**

### **ПК-2.1:**

Перечень вопросов для оценки уровня сформированности компетенции **ПК-2** по **индикатору 2.1**

#### **Устный опрос**

1. Основные элементы стратегии продаж.
2. Стратегические решения при выборе канала распределения.
3. Основные функции продаж.
4. Связь маркетинга и сбытовой политики компании.
5. Преимущества и недостатки прямых продаж.
6. Критерии выбора торговых посредников.
7. Преимущества и недостатки использования посредников.
8. Критерии оценки работы посредников.
9. Выбор уровней каналов распределения
10. Понятие маркетинговых коммуникаций.
11. Виды маркетинговых коммуникаций.
12. Коммуникативная модель.
13. Прямой маркетинг. Каналы прямого маркетинга.
14. Сегмент покупателей. Значение его выбора для организации продажи.
15. Товарная реклама: определение, функции.
16. Требования к товарной рекламе.
17. Подходы к оценке эффективности товарной рекламы.
18. Особенности товарной рекламы на разных этапах продвижения товара.
19. .Виды посредников и способы их стимулирования.
20. Собственный торговый персонал как элементы продвижения товаров и услуг.
21. Ценовое и неценовое стимулирование.
22. Подходы к оценке эффективности коммуникативной политикой предприятия.
23. Характеристика современного потребителя.
24. Личностные характеристики потребителя, влияющие на принятие решения о покупке.  
Возраст и этап ЖЦ семьи. Род занятий.

25. Личностные характеристики потребителя, влияющие на принятие решения о покупке. Образ жизни. Тип личности.
26. Средний класс как основной потребитель товаров народного потребления.
27. Факторы культурного порядка, влияющие на принятие решения о покупке. Культура. Субкультура. Социальное положение.
28. Психологические факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Мотивация. Восприятие.
29. Психологические факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Усвоение. Убеждения и отношение.
30. Влияние окружающей среды на принятие решения о покупке.

Перечень тестов для оценки уровня сформированности компетенции **ПК-2** по **индикатору 2.2**

### **Решение задач**

#### **Задача 1**

Пункт хранения А требует единовременных капитальных вложений в размере 1400 тыс. руб., а пункт Б — 800 тыс. руб. Вместе с тем, годовые расходы на транспортировку товаров потребителем из пункта А равняются 500 тыс. руб., а из пункта Б — 700 тыс. руб. Годовые издержки, связанные с содержанием складских хранилищ, в обоих вариантах составляют 300 тыс. руб. При каком варианте хранения затраты будут минимальными?

#### **Задача 2**

Какое решение следует принять по выбору канала распределения согласно критерию эффективности? Выбор из трех альтернатив:

- 1) канал нулевого уровня — расходы, связанные с содержанием собственной розничной торговой сети, составляют 150 млн. руб., издержки обращения — 100 млн. руб., прибыль от реализации товара - 500 млн. руб.;
- 2) одноуровневый канал (использование посредника розничной торговли) — издержки обращения — 60 млн руб., прибыль 30 млн руб.;
- 3) двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику) — издержки обращения — 40 млн руб., прибыль - 120 млн руб.

#### **Задача 3**

Руководителю отдела сбыта компании «ЛенВест», производящей керамзит и керамзитобетонные блоки, необходимо выяснить, кто более предпочтителен предприятию

— торговый агент или торговый представитель. Для торговых агентов предусмотрен оклад в 14 тыс. руб. в месяц и 2% комиссионных; для торгового представителя — гарантийный оклад 6000 руб. и 5% комиссионных. Они работают в одной географической области, ожидаемый месячный оборот — 320 тыс. руб.

#### Задача 4

Торговый дом «Кремлевский» в рамках стимулирования продаж разместил купоны в газете, тираж которой 1 000 000 экземпляров. Предъявителю купона бесплатно предоставляется продукция на 250 руб. Затраты на размещение каждого купона - 10 руб. Ожидаемый коэффициент выкупа - 10%. Средняя прибыль на каждого покупателя - 50 руб. Число покупателей увеличилось на 100 000 чел./неделю. Сколько недель потребуется на то, чтобы акция окупилась?

#### Задача 5

Бюджет маркетинга фирмы составлял 500 тыс. руб. в месяц. Эксперты выявили увеличение на 20% расходов на маркетинг основного конкурента, проводящего активную рекламную кампанию. Какие действия предпримет фирма, использующая метод планирования бюджета «с ориентацией на конкурента»?

#### Задание 6

Компания «Ортекс» работает на продовольственном рынке 15 лет, имеет разветвленную сеть розничных магазинов. До последнего времени она занимала лидирующее положение на рынке. Анализ деятельности компании показал, что ее рыночная доля стала уменьшаться, так как на рынке появились мощные конкуренты. Компания принимает решение реорганизовать свою маркетинговую деятельность и систему управления продажами.

Предполагается провести исследование по направлениям: 1) охарактеризовать организационную специализацию службы продаж компании и функциональное разделение труда в отделе продаж; 2) исследовать информационный обмен между отделом продаж и другими подразделениями компании. Оценить его влияние на продажи, 3) проанализировать уровень интеграции отдела продаж, например с маркетингом, финансами, производством; 4) описать основные конфликты, возникающие между службой продаж и другими подразделениями компании, и методы их разрешения; 5) определить, какие стратегические вопросы решают специалисты по продажам в компании и в чем заключаются приоритетные направления их деятельности, в какой помощи они нуждаются; 6) определить, в каких видах обучения в наибольшей степени заинтересованы специалисты по продажам, и какие методы расширения профессиональных знаний они предпочитают.

Вопросы : 1. Является ли данный перечень направлений исследований достаточным для определения концепции управления продажами и путей развития продаж? 2. Предложите дополнительные направления исследований системы управления продажами компании.

#### Задание 7.

Годовой план менеджера по продажам составляет 24 млн. руб. Его условный годовой доход (УГД) составляет 2% от годового плана. УГД состоит из постоянной и переменной частей, соотношение между которыми 50:50. С целью мотивации МпП для перевыполнения плана практикуется увеличение процента после выполнения 100% годового плана. 0-100% плана – 1% от дохода; 100-110% плана – 1,5%; 110-120% плана – 2,5%; 120% и больше – 3,5%. Существуют также бонусы – денежные выплаты, привязанные к достижению заранее оговоренных целей: За достижение 100% продаж выплачивается бонус 15000 рублей, за достижение 110% – 25000 рублей, за 120% – 35000 рублей, за 130 % – 50000 рублей. Вопросы: Каким будет фактический годовой доход менеджера по продажам при условиях, если он сделал продажи на 22 млн. руб., 25 млн. руб. и 30 млн. руб.?

#### Задание 8

В компании принята следующая система материального стимулирования менеджеров по продажам. 1. Менеджер отдела продаж: оклад в соответствии с разрядом + премия за перевыполнение плана-минимума + премия за каждый разработанный заказ + премия за развитие клиента (положительная дельта среднеквартальных закупок) + премия за выслугу лет + премия за компетентность. 2. Региональный менеджер: оклад в соответствии с разрядом + премия за перевыполнение плана в размере со всех счетов, превышающих месячный план продаж + премия за каждый разработанный заказ свыше + премия за выслугу лет + премия за компетентность. 3. Менеджер региональной сети: оклад в соответствии с разрядом + 0,1% от объема продаж отдела свыше плана-минимума + единовременные премии за организацию функционирования региональной сети + премия за выслугу лет + премия за компетентность. Вопросы к ситуации: 1. Оцените систему материального стимулирования менеджеров и определите, будет она способствовать эффективным продажам? 2. Как стимулируются менеджеры по продажам в вашей компании? 3. Предложите пути оптимизации системы стимулирования менеджеров

#### Задание 9

Цель: оценить умение торговаться с клиентом, сохраняя положительный итог переговоров. Оцениваемые качества: 1. Способность идти навстречу, гибкость 2. Упрямство, мешающее конструктивному договору 3. Оценка стратегии в торге. Информация для сценария: продажа климатического оборудования (B2B) Процедура проведения: Групповая форма проведения, 6 – 8 участников. Изначально делим группу на 2 части. Группа А - продавцы: менеджеры по продажам климатического оборудования. Группа Б - покупатели: менеджеры отдела закупок для нового офиса "Сбербанка". Инструкция дается поочередно: сначала для группы А, потом для группы Б. Перед этим дается общая инструкция. Общая инструкция. Представьте, что сейчас у Вас будут очень важные переговоры. Необходимо оснастить новый офис "Сбербанка" кондиционерами и системами вентиляции. Уже заключительная стадия долгосрочных переговоров, но остался открытым только вопрос цены. Сейчас у Вас будет 3 минуты для переговоров о цене. Прошу не отвлекаться на нюансы сотрудничества и прочее (условия поставки, гарантии, обслуживание). Важно суметь договориться за 3 минуты о цене. Инструкцию для Группы А (Продавцы). Итак, сейчас к Вам придет Менеджер по закупкам от "Сбербанка". Ваша задача договориться с ним о цене. Вы - профессионал рынка, знаете цены конкурентов, знаете стоимость проекта и расходы на его осуществление. Ваше руководство Вам доверило вести переговоры о цене. Главное - СБЕРБАНК - очень



важный клиент, имя которого Вы сможете использовать для PR. Вы понимаете, что минимальная стоимость проекта (выйти на окупаемость расходов) 1 200 000 рублей, средняя 1 450 000, в максимальная (справедливый максимум на рынке) 1 700 000 рублей. Вы получите премию с продажи, поэтому Вы заинтересованы в том, чтобы продать дороже. Инструкция для группы Б (Закупщики) Сейчас у Вас будет 3 минуты, чтобы договориться с компанией о цене на монтаж и продажу оборудования для нового офиса. Вы посмотрели информацию в интернете о ценах, позвонили в несколько компаний. Вы предполагаете, что стоимость проекта будет составлять от 900 000 рублей до 1 300 000 рублей. Ваш руководитель заведомо одобрил компанию с которой Вы ведете переговоры, попросил договориться с ними о деньгах. Эта фирма надежная, с хорошей репутацией на рынке, Руководитель ранее работал с ними. За 3 минуты договоритесь о цене с этой фирмой. Процедура переговоров: После этого объединяем "торговцев" в пары и начинаем отсчет времени. Переговоры о цене все делают одновременно. Желательно, чтобы пары сидели в разных концах зала, тогда будет удобнее вести переговоры, не будет слышно другие пары. Итог: Через 3 минуты смотрим, в каких парах о чем договорились.

#### Задание 10.

Познакомьтесь с ситуацией и аргументируйте свое мнение. В одной из западных компаний регулярно выбирают «работника месяца» - ему предоставляется право парковать свою машину рядом с машиной президента компании перед самым входом. Как теория объясняет возникновение позитивной мотивации в данном случае?

#### Задание 11.

Подумайте и дайте ответ. Аргументируйте свою позицию. Приведите примеры. А. В чем причина того, что некоторым менеджерам высшего звена не удастся мотивировать подчиненных, в то время как другие преуспевают в этом? Б. Низкооплачиваемый обслуживающий персонал - проблема для многих компаний, например, плохо обученные и слабо мотивированные санитары в (назвать по одной теории по одной теории которая больше проявляется у каждой участницы). 4. Раскройте, каким образом осуществлялось стимулирование сотрудников в представленных учреждениях? 5. Каким образом на месте Кати отреагировали бы вы на просьбу Маши? Аргументируйте свой ответ. больницы, которые занимаются «черной работой» за низкую оплату. Как можно мотивировать этих работников, чтобы повысить уровень обслуживания больных? В. Имеет ли организация возможность добиться повышения производительности и эффективности одновременно и какими путями?

#### Задание 12

Торговая компания «Идеал», занимающаяся реализацией недорогой обуви среднего качества, поставила перед собой цель увеличить уровень продаж магазина в июле месяце 2020 года на 25%. Компания считает, что наилучший способ достижения поставленной цели проведение промо-акции. Исходные данные: - средняя цена единицы продукции 2 500 руб. - объем продаж в месяц до проведения промо-акции – 1000 шт. - маржинальная прибыль 20% В январе 2021 года торговая компания «Идеал» решила расширить цели проведения промо-акции – увеличить уровень объема продаж магазина на 25% во время проведения акции (1 месяц) и на 10% в течение последующих 11 месяцев.

Вопросы: 1. Рассчитайте максимально возможную сумму, которую может позволить себе потратить компания «Идеал» на проведение промо-акции в июле 2020 года, при условии, что прибыль обязательно в данном месяце должна вырасти на 15%. 2. Рассчитайте, какую

сумму средств руководство может выделить на премиальный фонд торговому персоналу магазина, для того, чтобы простимулировать их к увеличению ежемесячного объема продаж после проведения промо-акции в январе 2021 года на 10%. Объем средств, затраченных в январе 2021 года на проведение промо-акции, будет таким же, как и в июле 2020 года. Желаемое увеличение годового объема прибыли – на 5%. 60 3. Предложите возможные сценарии проведения промо- акции для компании «Идеал»

### **Перечень заданий для оценки уровня сформированности компетенции ПК-2 по индикатору 2.3**

#### **Контрольная работа**

##### **Вариант 1**

Задание 1 Клиент говорит: «Это дорого». Почему он это говорит? Назовите как можно больше вариантов. Один из вариантов ответа : Креативность, умение видеть различные версии, понимание специфики бизнеса. Можно выделить несколько основных моментов. Для конечного потребителя:

- Нет денег.
- Есть деньги, но планировал потратить другую сумму.
- Дорого по сравнению с ...
- А стоит ли это того? (убедите меня)
- Торг: «Хочу скидку».
- А что еще включено в цену?

Задание 2 Каким образом Вы можете получить обратную связь от клиента? Какой путь самый достоверный? Ответы клиента на вопросы. • Анализ речи и реплик клиента.

- Наблюдение за невербальным поведением.
- Вопросы самого клиента.
- Предложения клиента по дальнейшему сотрудничеству, условиям, ценам, скидкам и т.п. Наиболее достоверным является сочетание нескольких способов анализа. Невербальное поведение более сложно скрыть, поэтому оно также чаще выдает человека, однако и оценивать его гораздо сложнее.

##### **Задание 3**

Определите по каждой ситуации отдельно тип общения руководителя с подчиненными, если они обладают следующими характеристиками: Не могут выполнять работу и не хотят брать на себя ответственность. На таких работников руководителю приходится воздействовать с помощью приказа и распоряжения, в которых прописывается задание и ответственность, на основании которых сотрудникам приходится выполнять работу. Хотят взять на себя ответственность, но не в состоянии выполнить работу. В таком случае руководитель принимает участие в разъяснении задания для своих сотрудников, т.к. если

сотрудник проявляет ответственность, значит у него высокая мотивация к выполнению работы. Поэтому руководителю нужно отслеживать этапы выполнения работы и принимать участие в корректировке выполняемых действий. Могут выполнить работу, но не хотят. В данном случае руководитель должен внушить сотруднику, что у него есть силы, знания и умения, для того чтобы выполнить данную работу. Возможно, привести пример прошлых удачных заданий, чтоб человек почувствовал уверенность в своих силах. Могут и хотят выполнить работу. Это идеальный вариант сотрудника. В данном случае руководитель делегирует полномочия и лишь разъясняет задачу для выполнения работы. закупщика «Х». К вашему сожалению, собеседник легко парирует на ваши предложения: «У нас уже есть поставщик! Он нас устраивает. Условия приемлемые». Но данный клиент вам нужен не только сейчас, но и на перспективу. Как вы поступите?

Задание 4 «Вы – поставщик и ведете переговоры с потенциальным закупщиком». Все приемы бессмысленны, поскольку закупщик полностью удовлетворен своим поставщиком и менять его не собирается. Для вас очевидно, что у них есть интересы, о которых вам не сообщат. Что можно ему предложить?

Задание 5. «Как эффективно конкурировать с тем, кто объявил о скидках». Прямо напротив вашего магазина открылся конкурент-дискаунтер. Утром, в день открытия, он вывесил огромный плакат «Все дешевле на 15 %». Что будете делать? Дайте 5 решений оперативной и эффективной контригры.

Задание 6 «Как увеличить личные продажи нового продукта услуг». Страховой компании необходимо срочно (в течение двух недель) вывести на рынок новый пакет услуг для автомобилистов, чьи автомобили могут увозить на штрафстоянки, но рекламный бюджет сильно ограничен. При этом нужно отстроиться от конкурентов, которые активно продвигают подобные услуги в СМИ и на наружной рекламе. Как менеджеру-консультанту при этом увеличить личные продажи?

Задание 7 «Как действовать промоутерам?». В течение нескольких лет я наблюдаю у входа в московское метро одну и ту же картину. Стоят неопрятного вида люди с вытянутыми руками и пачкой бумажек. Они отчаянно пытаются раздать свои листовки на газетной бумаге всем прохожим и призывают что-нибудь купить. Невольно я суммирую набор негативов (недоверие к этим людям + брезгливость к подобным листкам + нежелание делать то, к чему там призывают) и прохожу мимо с невысказанной фразой «Как вы все надоели!». Как действовать промоутерам? Предложите более 7–8 недорогих, но гораздо более эффективных методик коммуникаций!

Задание 8 «Как провести презентацию, чтобы покупатель, не скучал и не критиковал?». Вспомните, какие презентации и в чьем исполнении вам доводилось видеть? Каким было ваше впечатление от них? Заканчивались ли эти презентации тем, к чему так стремились их «исполнители». Проанализируйте этот опыт. Как поступили бы Вы в подобной ситуации.

Задание 9 «Оригинальный способ участия в выставке». Ситуация. В поисках региональных дилеров компания «Кенга» (игровые приставки) решила экспонироваться в Воронеже на выставке товаров для детей. Но неожиданно организаторы перед началом резко снизили уровень специализации выставки и предоставили оставшиеся места розничным торговым организациям, предлагающим товары народного потребления, в том числе электронику, косметику, парфюмерию, продукты питания и т. д. Вопрос: «Какой

выход из положения нашли сотрудники фирмы «Кенга», чтобы не нарушить условия участия в выставке?».

Задание 10 «Чем заменить рекламу на выставке?». Однажды компания «Глория Джинс» участвовала в московской выставке, организованной турецкими конкурентами российской компании. По условиям организаторов реклама стенда для участников была запрещена. Вопрос: «Какой выход из положения нашли сотрудники фирмы «Глория Джинс», чтобы не нарушить условия участия в выставке?».

## **Вариант 2**

### **Задача №1**

Задача 1. Общеизвестно, что в основе CRM-концепции (управления клиентами) лежит принцип персонализации обслуживания, установления долгосрочных отношений с каждым из клиентов с целью максимального удовлетворения его индивидуальных потребностей. Содержание процесса удовлетворения потребностей клиентов эволюционирует вместе с развитием экономики. Так, в индустриальной экономике потребности клиента удовлетворяются по схеме: исполнение — стоимость — удобства — вера — удовлетворенность клиента. Для постиндустриального общества характерен следующий цикл: удовлетворение — защита интересов — персонализация — власть клиента — лояльность клиента.

Вопросы: 1. Проанализируйте процесс удовлетворения потребностей клиентов вашей компании и разработайте схему этого процесса. 2. Проведите сравнительную оценку полученного процесса с предложенными схемами. 3. Определите, что следует предпринять компании, чтобы процесс удовлетворения клиентов соответствовал принятым нормам.

Задача 2. Компания «Ортекс» работает на продовольственном рынке 15 лет, имеет разветвленную сеть розничных магазинов. До последнего времени она занимала лидирующее положение на рынке. Анализ деятельности компании показал, что ее рыночная доля стала уменьшаться, так как на рынке появились мощные конкуренты. Компания принимает решение реорганизовать свою маркетинговую деятельность и систему управления продажами.

Предполагается провести исследование по направлениям: 1) охарактеризовать организационную специализацию службы продаж компании и функциональное разделение труда в отделе продаж; 2) исследовать информационный обмен между отделом продаж и другими подразделениями компании. Оценить его влияние на продажи, 3) проанализировать уровень интеграции отдела продаж, например с маркетингом, финансами, производством; 4) описать основные конфликты, возникающие между службой продаж и другими подразделениями компании, и методы их разрешения; 5) определить, какие стратегические вопросы решают специалисты по продажам в компании и в чем заключаются приоритетные направления их деятельности, в какой помощи они нуждаются; 6) определить, в каких видах обучения в наибольшей степени заинтересованы специалисты по продажам, и какие методы расширения профессиональных знаний они предпочитают.

Вопросы: 1. Является ли данный перечень направлений исследований достаточным для определения концепции управления продажами и путей развития продаж? 2. Предложите дополнительные направления исследований системы управления продажами компании.

Задача 3. Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопросы: «В обувном магазине назрела конфликтная ситуация между подчиненными и руководством. Несколько продавцов-консультантов обвинили администрацию магазина в том, что всем назначают одинаковую заработную плату вне зависимости от вклада каждого работника». 1. Какие теории мотивации необходимо изучить руководству для правильного понимания данной проблемы? 2. Каким образом можно убедиться в справедливости выводов продавцов-консультантов?

Задание 3. «Маркетинговый инструмент для широкого продвижения нового напитка». Рекламный плакат американской сети кафе «Starbucks» продвигал новый напиток – чай со льдом. На нем изображены две стоящие рядом высокие чашки, между ними стрекоза, а ниже надпись – «Обрушья в прохладу». Компании были предъявлены претензии в распространении недобросовестной и неэтичной рекламы. Руководство «Starbucks» заявило, что этот лозунг был призван лишь подчеркнуть желание выпить чего-нибудь прохладного в жаркий день. Ролик и плакаты были запрещены для распространения в США. Какой прием при продвижении был применен?

Задание 4. «Решения по выходу из ситуации: клиент требует такую скидку, которую вы не можете предоставить». Это задание позволяет выявить вариативность мышления и знание специфики продаж, а также умение торговаться. Хороший менеджер по продажам должен дать не менее 3–5 вариантов решения.

Задание 5. «Как восстановить отношения с клиентом в личном контакте. Клиент уже один раз на нашем товаре обжегся (а обжегшись на молоке, дуем на воду) и не хочет у нас покупать. Наши предложения даже не рассматриваются. Какую коммуникацию и какой прием можно попробовать для восстановления отношений с клиентом?

Задание 6. «Новая стратегия выстраивания отношений с клиентами, удовлетворяющая их потребность в общении». В процессе продаж вы убедились, что клиенты все больше нуждаются в ваших консультациях. Тема общения становится доминирующей в вашей работе. Но консультации все больше отнимают у вас времени и сил. Затраты на консультантов и консультации не окупаются. Нужна новая стратегия выстраивания отношений с клиентами.

Задание 5. «Превращение сервисного центра в центр маркетинга». Предприятие по производству косметологического оборудования осуществляет сервисное обслуживание оборудования. Какие маркетинговые стратегии и инструменты мог бы использовать сервисный центр для всей системы бизнеса?

Задание 6. «Инициирование позитивного эмоционального отношения участников презентации». Вы проводите презентацию нового продукта для группы лиц. Реакция этих людей вам неизвестна. Как инициировать позитивное эмоциональное отношение слушателей?

Задание 7. «Воздействие на покупателя, находящегося под влиянием доверенного лица». Вы поговорили с клиентом (применили прием «железная аргументация»). Клиент с вами согласен, но целиком полагается на своего советчика. У последнего явно есть аргумент, вам неизвестный, но перевешивающий все ваши вместе взятые.

Задание 8. «Сбыт неходовового товара». Наш закупщик по ошибке приобрел 1 млн тюбиков крема от загара. Что сделаем, чтобы быстро его сбыть?

Задание 9. «Налаживание путей для сотрудничества в условиях возвеличивания конкурента покупателем». Вы – поставщик и по телефону сделали коммерческое предложение руководителю фирмы

Задание 10 «Как использовать в продажах новогодний контекст?». В одном модном магазине накануне празднования Нового года смекнули, что можно повысить продажи за счет объявления покупателям о подарках в виде низких цен. Новогодняя акция прошла под лозунгом: «Лучшая цена – лучший подарок!» и, как говорят, «почила в бозе». Покупки не увеличились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Покупателей не удалось убедить, что низкая цена – это новогодний подарок.

### Вопросы к экзамену

1. Основные элементы стратегии продаж.
2. Стратегические решения при выборе канала распределения.
3. Основные функции продаж.
4. Связь маркетинга и сбытовой политики компании.
5. Преимущества и недостатки прямых продаж.
6. Критерии выбора торговых посредников.
7. Преимущества и недостатки использования посредников.
8. Критерии оценки работы посредников.
9. Выбор уровней каналов распределения
10. Понятие маркетинговых коммуникаций.
11. Виды маркетинговых коммуникаций.
12. Коммуникативная модель.
13. Прямой маркетинг. Каналы прямого маркетинга.
14. Сегмент покупателей. Значение его выбора для организации продажи.
15. Товарная реклама: определение, функции.
16. Требования к товарной рекламе.
17. Подходы к оценке эффективности товарной рекламы.
18. Особенности товарной рекламы на разных этапах продвижения товара.
19. .Виды посредников и способы их стимулирования.

20. Собственный торговый персонал как элементы продвижения товаров и услуг.
21. Ценовое и неценовое стимулирование.
22. Подходы к оценке эффективности коммуникативной политикой предприятия.
23. Характеристика современного потребителя.
24. Личностные характеристики потребителя, влияющие на принятие решения о покупке.  
Возраст и этап ЖЦ семьи. Род занятий.
25. Личностные характеристики потребителя, влияющие на принятие решения о покупке.  
Образ жизни. Тип личности.
26. Средний класс как основной потребитель товаров народного потребления.
27. Факторы культурного порядка, влияющие на принятие решения о покупке. Культура.  
Субкультура. Социальное положение.
28. Психологические факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Мотивация.  
Восприятие.
29. Психологические факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Усвоение.  
Убеждения и отношение.
30. Влияние окружающей среды на принятие решения о покупке.
31. Модель процесса принятия решения о покупке и факторы влияния.
32. Осознание потребности и поиск информации.
33. Оценка вариантов и покупка.
34. Потребление и освобождение от товара.
35. Взаимосвязь вида товара и этапа принятия решения о покупке.
36. Основные процедуры мерчандайзинга.
37. Цели, задачи и функции мерчандайзинга.
38. Влияние атмосферы торгового зала на организацию продаж
39. Влияние мерчандайзинга на процесс принятия решения о покупке.
40. Подходы к планировке торгового зала как элемента успешной организации продаж
41. Основные стадии покупательского поведения и способы влияния на намерения клиентов.
42. Профессиональные качества продавца, вызывающие доверие со стороны покупателей.
43. Способы создания торгового контакта.
44. Устное предложение товара и технология его проведения.
45. Стадии деловой беседы в процессе торгового контакта.

46. Современная модель продаж.
47. Основные характеристики личной коммуникации.
48. Основные характеристики неличной коммуникации.
49. Продажа по телефону. Правила ведения телефонного разговора.
50. Корпоративная книга продаж

### 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), описание шкал оценивания

| Виды учебной деятельности студентов                             | Балл за конкретн задание | Число заданий в семестр | Баллы       |           |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------|-----------|
|                                                                 |                          |                         | минимальный | максимал. |
| Раздел 1.                                                       |                          |                         |             |           |
| Текущий контроль                                                |                          |                         |             |           |
| 1. Устный опрос                                                 | 5                        | 2                       |             | 10        |
| 2. Решение задач                                                | 5                        | 2                       |             | 10        |
| Рубежный контроль                                               |                          |                         |             |           |
| Контрольная работа                                              |                          |                         |             | 15        |
| Раздел 2.                                                       |                          |                         |             |           |
| Текущий контроль                                                |                          |                         |             |           |
| 1. Устный опрос                                                 | 5                        | 2                       |             | 10        |
| 2. Решение задач                                                | 5                        | 2                       |             | 10        |
| Рубежный контроль                                               |                          |                         |             |           |
| Контрольная работа                                              |                          |                         |             | 15        |
| Поощрительные баллы                                             |                          |                         |             |           |
| 1.Участие в конференции, Публикация статей                      |                          |                         |             |           |
| Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов) |                          |                         |             |           |
| 1.Посещение лекционных занятий                                  |                          |                         | 0           | -6        |
| 2. Посещение семинарских занятий                                |                          |                         | 0           | -10       |
| экзамен                                                         | 30                       | 1                       | 0           | 30        |

Результаты обучения по дисциплине (модулю) у обучающихся оцениваются по итогам текущего контроля количественной оценкой, выраженной в рейтинговых баллах. Оценке подлежит каждое контрольное мероприятие.

При оценивании сформированности компетенций применяется четырехуровневая



шкала «неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично».

Максимальный балл по каждому виду оценочного средства определяется в рейтинг-плане и выражает полное (100%) освоение компетенции.

Уровень сформированности компетенции «хорошо» устанавливается в случае, когда объем выполненных заданий соответствующего оценочного средства составляет 80-100%; «удовлетворительно» – выполнено 40-80%; «неудовлетворительно» – выполнено 0-40%

Рейтинговый балл за выполнение части или полного объема заданий соответствующего оценочного средства выставляется по формуле:

Рейтинговый балл =  $k \times$  Максимальный балл,

где  $k = 0,2$  при уровне освоения «неудовлетворительно»,  $k = 0,4$  при уровне освоения «удовлетворительно»,  $k = 0,8$  при уровне освоения «хорошо» и  $k = 1$  при уровне освоения «отлично».

Оценка на этапе промежуточной аттестации выставляется согласно Положению о модульно-рейтинговой системе обучения и оценки успеваемости студентов УУНиТ:

На экзамене выставляется оценка:

- отлично - при накоплении от 80 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),
- хорошо - при накоплении от 60 до 79 рейтинговых баллов,
- удовлетворительно - при накоплении от 45 до 59 рейтинговых баллов,
- неудовлетворительно - при накоплении менее 45 рейтинговых баллов.

При получении на экзамене оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», на зачёте оценки «зачтено» считается, что результаты обучения по дисциплине (модулю) достигнуты, компетенции сформированы.