

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана экономического факультета

д.э.н., профессор Кусакина О. Н. _____

«20» мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.37 «Технологии продаж»

Шифр и наименование дисциплины по учебному плану

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Маркетинг

Наименование профиля подготовки

Бакалавр

Квалификация выпускника

Очная, очно-заочная

Формы обучения

2022

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

1. Цель и задачи дисциплины

Целью дисциплины Б1.О.37 «Технологии продаж» выступает формирование у студентов бакалавриата компетенций, направленных на формирование системы теоретических знаний, практических умений и навыков в области профессиональных продаж в рыночной среде, умений использовать навыки личной продажи товаров и услуг

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код(ы) и наименование (-ия) индикатора(ов) достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК - 10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Знания: методов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), методов контроля собственных экономических и финансовых рисков
		Умения: применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски
		Навыки: применения методов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических и финансовых рисков
ОПК – 1 Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК – 1.2 Определяет и решает профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки	Знания: порядка определения и решения профессиональных задач с использованием понятийного аппарата экономической, организационной и управленческой науки
		Умения: определять и решать профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки
		Навыки: определения и решения профессиональных задач с использованием понятийного аппарата экономической, организационной и управленческой науки

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.37 «Технологии продаж» в соответствии с учебным планом входит в обязательную часть блока 1.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения в 8 семестре;
- для студентов очно-заочной формы обучения в 8 семестре.

Для освоения дисциплины Б1.О.37 «Технологии продаж» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин 1-7 семестров:

- Финансовая грамотность
- Организационное поведение
- Менеджмент
- Методы стимулирования продаж
- Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах
- Теория управления
- Экономическая диагностика и оценка деятельности организации
- Анализ данных

Освоение дисциплины Б1.О.37 «Технологии продаж» является необходимой основой для последующего для последующего изучения следующих дисциплин:

- Производственная практика
- Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
- Преддипломная практика
- Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.37 «Технологии продаж» в соответствии с рабочим учебным планом составляет 108 часов (3 з.е.). Распределение по видам работ представлено в таблицах.

Очная форма обучения

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самосто- ятельная работа, час	Кон- троль, час	Форма проме- жуточной атте- стации (форма контроля)
		лек- ции	практические занятия	лаборатор- ные занятия			
8	3	18	36	-	54	-	зачет
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	6	-	-	-	-
практической подго- товки (при наличии)		-	-	-	-	-	-

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифферен- цированный зачет	Консульта- ции перед экзаменом	Экзамен
8		-	-	0,12	-	-	-

Очно-заочная форма обучения

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самосто- ятельная работа, час	Кон- троль, час	Форма проме- жуточной атте- стации (форма контроля)
		лек- ции	практические занятия	лаборатор- ные занятия			
8	3	10	22	-	76	-	зачет
в т.ч. часов: <i>в интерактивной форме</i>		4	6	-	-	-	-
<i>практической подго- товки (при наличии)</i>		-	-	-	76	-	-

Се- местр	Трудоем- кость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифферен- цированный зачет	Консульта- ции перед экзаменом	Экзамен
8		-	-	0,12	-	-	-

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1	Сущность и содержание продаж	9	2	2	-	5	Собеседование, тестирование	Перечень вопросов, тестовые задания	УК-10.2 ОПК-1.2
2	Роль и функции маркетинга в повышении эффективности продаж	11	2	4	-	5	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
3	Принципы организации службы продаж и управление торговым персоналом	11	2	4	-	5	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
	Контрольная точка № 1 по темам 1-3	7	-	1	-	6	Контрольное тестирование	Тестовые задания	УК-10.2 ОПК-1.2
4	Планирование и прогнозирование продаж	11	2	4	-	5	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
5	Методы оценки эффективности продаж	11	2	4	-	5	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
6	Техники и приемы продаж	11	2	4	-	5	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
	Контрольная точка № 2 по темам 4-6	5	-	1	-	4	Контрольное тестирование	Тестовые задания	УК-10.2 ОПК-1.2
7	Технологии и сервисы электронных продаж	13	4	4	-	5	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
8	Современные технологии повышения эффективности продаж	11	2	4	-	5	Тестирование, деловая игра	Тестовые задания, рекомендации по проведению деловой игры	УК-10.2 ОПК-1.2
	Контрольная точка № 3 по темам 7-8	5	-	1	-	4	Контрольное тестирование	Тестовые задания	УК-10.2 ОПК-1.2
	Промежуточная аттестация	-	-	-	-	-	Зачет	Перечень вопросов к зачету	УК-10.2 ОПК-1.2
	Итого	108	18	36	-	54			

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1	Сущность и содержание продаж	10	1	2	-	7	Собеседование, тестирование	Перечень вопросов, тестовые задания	УК-10.2 ОПК-1.2
2	Роль и функции маркетинга в повышении эффективности продаж	10	1	2	-	7	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
3	Принципы организации службы продаж и управление торговым персоналом	10	1	2	-	7	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
	Контрольная точка № 1 по темам 1-3	8	-	2	-	6	Контрольное тестирование	Тестовые задания	УК-10.2 ОПК-1.2
4	Планирование и прогнозирование продаж	11	2	2	-	7	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
5	Методы оценки эффективности продаж	11	2	2	-	7	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Перечень вопросов, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
6	Техники и приемы продаж	10	1	2	-	7	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
	Контрольная точка № 2 по темам 4-6	9	-	2	-	7	Контрольное тестирование	Тестовые задания	УК-10.2 ОПК-1.2
7	Технологии и сервисы электронных продаж	10	1	2	-	7	Тестирование, решение практико-ориентированных задач	Тестовые задания, практикум	УК-10.2 ОПК-1.2
8	Современные технологии повышения эффективности продаж	10	1	2	-	7	Тестирование, деловая игра	Тестовые задания, рекомендации по проведению деловой игры	УК-10.2 ОПК-1.2
	Контрольная точка № 3 по темам 7-8	9	-	2	-	7	Контрольное тестирование	Тестовые задания	УК-10.2 ОПК-1.2
	Промежуточная аттестация	-	-	-	-	-	зачет	Перечень вопросов и задач к зачету	УК-10.2 ОПК-1.2
	Итого	108	10	22	-	76			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1. Сущность и содержание продаж (проблемная видео-лекция)	Понятие и содержание продаж. Виды продаж. Классификация технологий продаж. Принципы продажи.	2/2/-	1/1/-
2. Роль и функции маркетинга в повышении эффективности продаж	Значение маркетинга в повышении эффективности продаж. Особенности продажи различных товаров и услуг.	2/-/-	1/-/-
3. Принципы организации службы продаж и управление торговым персоналом (проблемная видео-лекция)	Построение отдела продаж. Мотивация сотрудников отдела продаж. Контроль деятельности отдела продаж.	2/2/-	1/1/-
4. Планирование и прогнозирование продаж	Методы прогнозирования объемов продаж: метод экспертных оценок; анализ временных рядов; казуальный метод. Понятие зависимого и независимого спроса. Учет сезонности спроса. Зависимость спроса от параметров товара. Прогнозирование спроса на новинки.	2/-/-	2/-/-
5. Методы оценки эффективности продаж (проблемная лекция-дискуссия)	Измерение эффективности продаж (KPI). Простые метрики продаж. Классификация показателей эффективности продаж.	2/-/-	2/2/-
6. Техники и приемы продаж	Поиск потенциальных клиентов. Организация процесса делового общения. Организация презентации товара. Организация работы с возражениями.	2/-/-	1/-/-
7. Технологии и сервисы электронных продаж	Понятие e-commerce и принципы организации онлайн-торговли. Системы электронной коммерции. Типология электронной торговли. Преимущества и недостатки онлайн-коммерции. Самые успешные кейсы e-commerce.	4/-/-	1/-/-

8. Современные технологии повышения эффективности продаж	Специальные маркетинговые мероприятия для увеличения объема торговли. Факторы, влияющие на продажи. Автоматизация бизнес-процессов. Развитие программы лояльности. Внедрение перекрестных продаж. Развитие мобильного продвижения.	2/-/-	1/-/-
Итого		18/4/-	10/4/-

5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме*

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		Очная форма	Очно-заочная форма
1. Сущность и содержание продаж	<u>Практическое занятие</u> История профессиональных продаж и эволюция продажных технологий (<i>круглый стол</i>)	4/2/-	2/2/-
2. Роль и функции маркетинга в повышении эффективности продаж	<u>Практическое занятие.</u> Взаимодействие маркетингового отдела и отдела продаж. Разработка регламента общения с клиентом	4/-/-	2/-/-
3. Принципы организации службы продаж и управление торговым персоналом	<u>Практическое занятие</u> Практические аспекты применения методов управления процессом продаж (<i>решение кейсов на примерах отечественных предприятий</i>)	4/2/4	2/2/-
Контрольная точка № 1 по темам 1-3	Тестирование	2/-/-	2/-/-
4. Планирование и прогнозирование продаж	<u>Практическое занятие</u> Составление плана продаж	4/-/-	2/-/-
5. Методы оценки эффективности продаж	<u>Практическое занятие</u> Практические аспекты применения методов анализа продаж: KPI, ABC, SWOT, XYZ, структурный анализ продаж, факторный анализ (<i>решение ситуационных задач (работа в малых группах)</i>)	4/2/-	2/2/-
6. Техники и приемы продаж	<u>Практическое занятие</u> Практические аспекты применения техник и приемов продаж: классические продажи, концептуальная техника продаж (Sandler техника), SPIN, SNAP, AIDA	4/-/-	2/-/-

Контрольная точка № 2 по темам 4-6		2/-/-	2/-/-
7. Технологии и сервисы электронных продаж	<u>Практическое занятие</u> Практические аспекты организации интернет-магазина, онлайн-сервиса, торговой площадки	4/-/-	2/-/-
8. Современные технологии повышения эффективности продаж	<u>Практическое занятие</u> Автоматизация бизнес-процессов и формирование программы лояльности	4/-/-	2/-/-
Контрольная точка № 3 по темам 7-8		2/-/-	2/-/2
Итого		36/6/-	22/6/-

5.3. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Подготовка к собеседованиям	14	-	18	-
Подготовка к тестированию	14	-	20	-
Самостоятельное решение практико-ориентированных задач	14	-	20	-
Подготовка к контрольным точкам в виде контрольных работ	12	-	18	-
Подготовка к экзамену	-	-	-	-
ИТОГО	54	-	76	-

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

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Технологии продаж» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Технологии продаж»
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины «Технологии продаж»
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Технологии продаж»

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		Основная (из п.8 РПД)	Дополнительная (из п.8 РПД)	Интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1	Сущность и содержание продаж	1,2	1,2,3	1,3,7
2	Роль и функции маркетинга в повышении эффективности продаж	1,2	1,2,3	1,4,5
3	Принципы организации службы продаж и управление торговым персоналом	1,2	1,2,3	1,3,7
4	Планирование и прогнозирование продаж	1,2	1,2,3	1,3,7
5	Методы оценки эффективности продаж	1,2	1,2,3	1,4,5
6	Техники и приемы продаж	1,2	1,2,3	3,5,6
7	Технологии и сервисы электронных продаж	1,2	1,2,3	1,3,6
8	Современные технологии повышения эффективности продаж	1,2	1,2,3	7,8,9

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Технологии продаж».

7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Очная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), формирующие компетенцию	Семестры							
		1	2	3	4	5	6	7	8
УК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Финансовая грамотность								
	Технологии продаж								
	Преддипломная практика								
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								
ОПК – 1.2 Определяет и решает профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки	Менеджмент								
	Организационное поведение								
	Технологии продаж								
	Производственная практика								
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								
	Управление качеством								

Очно-заочная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), формирующие компетенцию	Семестры								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
УК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Финансовая грамотность									
	Технологии продаж									
	Преддипломная практика									
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы									
ОПК – 1.2 Определяет и решает профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки	Менеджмент									
	Организационное поведение									
	Технологии продаж									
	Производственная практика									
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена									
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы									
	Управление качеством									

7.2 Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Технологии продаж» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Технологии продаж» проводится в виде зачета.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки на зачете «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО».

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной и очно-заочной форм обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная работа № 1 по темам 1-3	Теоретический вопрос	4
	Тест	8
	Задача	8
Контрольная работа № 2 по темам 4-6	Теоретический вопрос	4
	Тест	8
	Задача	8
Контрольная работа № 3 по темам 7-8	Теоретический вопрос	4
	Тест	8
	Задача	8
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		15
Итого		100

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; 0,5 балла – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (*мах – 2 балла*);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; 0,5 балла - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (*мах – 4 балла*);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (*мах – 8 баллов*).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практикоориентированных задач) по каждой из тем (*мах – 1 балл*).

Нормы пересчета по контрольным точкам в зависимости от количества точек в семестре

№ п/п	Полученная оценка	Начисляемые баллы	
		2 КТ	3 КТ
1.	оценка 2	0	0
2.	оценка 2+ ; 3–	5	4
3.	оценка 3	10	7
4.	оценка 3+; 4–	15	10
5.	оценка 4	20	13
6.	оценка 4+; 5–	25	16
7.	оценка 5	30	20

Критерии оценивания контрольной точки

Задание (количество)	Количество баллов	
	2 КТ	3 КТ
Вопрос (1)	до 6	до 4
Тест (10)	до 12	до 8
Задача (1)	до 12	до 8
Итого	мах 30	мах 20

Критерии оценивания контрольной точки при сдаче в 3 семестре трех контрольных точек

Теоретический вопрос

4 балла - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая

последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Тестовые задания

8 баллов - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

7 баллов - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов

6 баллов - при 80% правильных ответов;

5 баллов - 60% правильных ответов;

4 балла - 50% правильных ответов;

3 балла - 40% правильных ответов

0 баллов - менее 40% правильных ответов.

Практико-ориентированная задача

8 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

6 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

4 балла Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сде-

лать правильных выводов
0 баллов Задача не решена.

Поощрительные баллы начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **max 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; 0,5 балла – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**max – 2 балла**);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; 0,5 балла - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**max – 4 балла**);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**max – 8 баллов**).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практикоориентированных задач) по каждой из тем (**max – 1 балл**).

Поощрительные баллы начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **max 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

По результатам текущей балльно-рейтинговой оценки в шестом семестре (на третьем курсе), обучающемуся может быть выставлена **итоговая оценка**:

- «Зачтено» – от 55 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

«Не зачтено» - от 0 до 54 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

В случае недостаточности баллов, набранных по результатам текущей балльно-рейтинговой оценки, для получения желаемой обучающимся оценки он проходит итоговую форму контроля – **зачет**.

Критерии и шкалы оценивания ответа на зачете

Сдача зачета может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 10 баллов:

Пример:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1 (оценка знаний)	до 3
Теоретический вопрос №2 (оценка знаний)	до 3
Задача (оценка умений и навыков)	до 4
Итого	10

Оценка «Зачтено» - 10-5 баллов выставляется студенту, ответившему полностью и без ошибок на вопросы задания и показавшему знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

Оценка «Не зачтено» - 0-5 баллов выставляется студенту, когда дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

В качестве заданий для текущего контроля успеваемости могут быть использованы задания подобного содержания:

Примерные вопросы для собеседования

1. Что представляет собой структура личных продаж?
2. Какие правила прохождения по этапам продаж вам известны?
3. Что не рекомендуется делать при телефонном разговоре с клиентом?.
4. Какой способ связи с потребителем наиболее эффективен.
5. Какими качествами должен обладать профессиональный продавец?
6. Какие способы установления контакта с клиентами вам известны?
7. Что такое «воронка продаж».
8. Какие правила работы с возражениями вам известны?
9. Какие показатели оценки эффективности продаж вы знаете?
10. Что необходимо для реализации стратегии продаж?

Примерные тестовые задания

1. Стратегическое управление продажами представляет собой:
 - а) процесс принятия и осуществления стратегических решений
 - б) процесс разработки стратегии продаж
 - в) процесс планирования продаж
 - г) процесс оценки и анализа рыночной среды
2. Стратегическое управление продажами направлено на:
 - а) мотивацию торгового персонала
 - б) организацию продаж
 - в) сохранение компании и создание возможностей для эффективной ее деятельности в долгосрочной перспективе
 - г) формирование конкурентных преимуществ компании
3. Для достижения конкурентных преимуществ в области продаж следует:
 - а) повысить цену продукта
 - б) повысить уровень полезности продукта
 - в) повысить уровень обслуживания покупателей
 - г) снизить цену продукта
4. Конкурентные преимущества продаж определяются:
 - а) простым наличием стратегий
 - б) качеством стратегий

- в) количеством стратегий
- г) эффективностью стратегий

5. Стратегия считается качественной, если она является:

- а) теоретически правильной
- в) простой в осуществлении
- г) адекватно гибкой

6. Уникальная стратегия – это стратегия, которая:

- а) включает уникальные элементы, которые ранее не использовались конкурентами
- б) разрабатывается на длительную перспективу
- в) учитывает реальную ситуацию на рынке
- г) способствует достижению поставленных целей

7. Отсутствие стратегий развития продаж всегда считается:

- а) отрицательным условием
- б) положительным условием
- в) положительным условием при достаточном и правильном учете факторов рыночной среды
- г) отрицательным условием при низком качестве стратегии

8. Стратегии продаж разрабатываются на основе стратегий маркетинга:

- а) да
- б) нет

9. Компания оценивает свою готовность к стратегическому управлению продажами:

- а) для обоснования стратегии продаж
- б) в целях формирования качественной стратегии
- в) в целях достижения высокой результативности продаж
- г) для обеспечения нужной занятости управленческого персонала

10. Компания приступает к разработке стратегии продаж:

- а) при условии высокой готовности к стратегическим преобразованиям
- б) при условии низкой готовности к стратегическим преобразованиям
- в) при условии наличия соответствующих ресурсов
- г) при условии низкой готовности к стратегическим преобразованиям

Примерные практикоориентированные задания для текущего контроля

Задача 1. Компания разработала стратегию освоения нового рынка для увеличения объемов продаж. Стратегия характеризуется следующими показателями:

- продажная цена единицы товара – 630,0 руб.,
- переменные удельные издержки – 420,0 руб.,
- постоянные издержки на производство продукции – 14,8 млн. руб.,
- ожидаемый объем продаж – 24 тыс. изделий.

Рассчитайте коэффициент безопасности выхода компании на рынок.

Задача 2. Компания работает на рынке, который характеризуется высокой интенсивностью конкуренции. Анализ деятельности компании показывает, что объем продаж постоянно падает. За последний месяц продажи составили 10550,0 тыс. руб. при издержках 9200,0 тыс. рублей. Для привлечения большего количества покупателей и выживания в конкурентной борьбе, компания разрабатывает стратегию товара, в соответствии с которой принимается решение о снижении цен на свой товар на 10%.

Определите, на сколько возрастет объем продаж.

Задача 3. Компания, занимающаяся производством и продажей своих товаров, работает в шести регионах. Объемы продаж в регионах составили: 1-й – 20%, 2-й – 7%, 3-й – 18%, 4-й – 11%, 5-й – 19%, 6-й – 25%. Население регионов характеризуется следующими цифрами – 1млн. чел., 1млн. 400 тыс. чел., 700 тыс. чел., 140 тыс. чел., 420 тыс. чел., 112 тыс. чел. Население России принимается 140 млн. чел.

Проведите классификацию рынков компании и определить наиболее оптимальные рынки для компании.

Вопросы к зачету

1. Понятие и содержание продаж.
2. Виды продаж.
3. Классификация технологий продаж.
4. Принципы продажи.
5. Значение маркетинга в повышении эффективности продаж.
6. Особенности продажи продовольственных товаров
7. Особенности продажи непродовольственных товаров
8. Особенности продажи услуг.
9. Построение отдела продаж.
10. Мотивация сотрудников отдела продаж.
11. Контроль деятельности отдела продаж.
12. Методы прогнозирования объемов продаж: метод экспертных оценок.
13. Методы прогнозирования объемов продаж: анализ временных рядов.
14. Казуальный метод прогнозирования объемов продаж.
15. Понятие зависимого и независимого спроса.
16. Учет сезонности спроса при продаже товаров.
17. Зависимость спроса от параметров товара.
18. Прогнозирование спроса на новинки и особенности организации их продаж.
19. Измерение эффективности продаж (KPI).
20. Простые метрики продаж.
21. Классификация показателей эффективности продаж.
22. Поиск потенциальных клиентов.
23. Организация процесса делового общения.
24. Организация презентации товара.
25. Организация работы с возражениями.
26. Понятие e-commerce и принципы организации онлайн-торговли.
27. Системы электронной коммерции.
28. Типология электронной торговли.
29. Преимущества и недостатки онлайн-коммерции.
30. Самые успешные кейсы e-commerce.
31. Специальные маркетинговые мероприятия для увеличения объема торговли.
32. Автоматизация бизнес-процессов, как фактор, влияющий на продажи.
33. Развитие программы лояльности.
34. Внедрение перекрестных продаж, как фактор, влияющий на продажи.
35. Развитие мобильного продвижения.

В данном разделе РПД приведены типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости студентов и промежуточной аттестации. Полный перечень заданий содержится в фонде оценочных средств и учебно-методическом комплексе по дисциплине «Технологии продаж», который размещен в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступен для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. ЭБС Лань: Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. — Москва : Дашков и К, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-394-03902-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/229961>

2. ЭБС «Znanium»: Басовский, Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие; ВО - Бакалавриат/Тульский государственный университет; Российский государственный гуманитарный университет. – Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 233 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=391310>.

3. ЭБС «Znanium»: Джоббер Д., Ланкастер Дж. Продажи и управление продажами: Учеб. пособие для вузов. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 622 с. - ISBN 978-5-238-00465-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028609>

Дополнительная литература:

1. ЭБС «Znanium»: Наумов, В. Н. Маркетинг : учебник ; ВО - Бакалавриат/Санкт-Петербургский государственный экономический университет. - Москва:ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 410 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=398812>

2. ЭБС «Znanium»: Токовинин, М. Продажи людям : атоCRM от первого лица : практическое руководство / М. Токовинин, М. Кардаш. - Москва : Альпина ПРО, 2022. - 159 с. - ISBN 978-5-206-00003-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1905837>

3. Исследование потребительских предпочтений в целях совершенствования маркетинговой стратегии предприятий торговли : учеб. пособие/Н. В. Банникова, Н. Н. Тельнова, А. Р. Байчерова, С. С. Вайцеховская, Ю. В. Орел ; Ставропольский ГАУ. - Ставрополь:АГРУС, 2021.

4. ЭБС «Znanium»: Продажи / пер. с англ. - Москва : Альпина Пабlishер, 2020. - 210 с. - (Серия «Harvard Business Review: 10 лучших статей»). - ISBN 978-5-9614-3206-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1221846>

5. ЭБС Лань: Иванова, Е. А. Управление продажами : учебно-методическое пособие / Е. А. Иванова, В. А. Шлеин. — Москва : РУТ (МИИТ), 2020. — 58 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/175973>

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

1. Рыбасова Ю. В., Чередниченко О. А. Конкурентный анализ : метод. указания для обучающихся по освоению дисциплины направления 38.03.02 - Менеджмент профиля «Маркетинг»/ Ю. В. Рыбасова, О. А. Чередниченко; Ставропольский ГАУ. - Ставрополь, 2022. - 20 с.

2. Рыбасова Ю. В., Чередниченко О. А. Конкурентный анализ : рабочая тетр. для студентов направления 38.03.02 - Менеджмент профиля «Маркетинг» /Ю. В. Рыбасова, О. А. Чередниченко ; СтГАУ. - Ставрополь, 2022. – 36 с.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <https://www.tpprf.ru/ru/> - Торгово-промышленная палата Российской Федерации

2. www.gks.ru - Федеральная служба государственной статистики
3. <http://www.consultant.ru/> - справочно-поисковая система «Консультант Плюс»
4. <http://www.garant.ru/> - справочно-поисковая система СПС «Гарант»
5. <https://www.similarweb.com/ru/> - Similar Web (сервис для анализа трафика сайта)
6. <https://www.spymetrics.ru> – SpyMetrics (сервис маркетинговой разведки и анализа конкурентов)
7. <http://www.aup.ru> - Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии.
8. <http://ecsocman.hse.ru/> - Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент"
9. <http://www.prodaznik.ru/> - Клуб Продажников

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Технологии продаж» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются развитие и роль продаж в маркетинге, поведение индивидуального и организационного покупателей, стратегия продаж, навыки персональных продаж, управление ключевыми клиентами, продажи, основанные на взаимоотношениях, прямой маркетинг и информационные технологии в продажах, набор и прием на работу, мотивация и подготовка кадров, организация и компенсация и т.д.

Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются экономическая теория, производственный менеджмент, анализ хозяйственной деятельности. В процессе изучения курса также изучаются нормативные и законодательные акты, формирующие правовую, экономическую и природоохранную основу функционирования предприятия.

Дисциплина «Технологии продаж» предусматривает теоретическое изучение основных понятий, принципов, форм, экономических механизмов и методов рационального природопользования.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, решение практико-ориентированных задач, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Технологии продаж» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по экономике организаций требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение

курса. Успешность освоения курса «Технологии продаж» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю).

При подготовке к занятиям по экономике природопользования необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа.

Успешное изучение курса «Технологии продаж» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Начиная изучение курса, студенту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;
- внимательно разобраться в структуре курса «Технологии продаж», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения;
- обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующее программное обеспечение: Microsoft Windows, Office; Kaspersky Total Security.

11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

Не используется

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

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

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (ауд. № 160, площадь – 202,7 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (ауд. № 179, площадь – 32,5 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 30 посадочных места, меловая доска – 1 шт., вешалка – 1 шт.
3	Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:	
	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м ²)	1. Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1 шт., принтер – 1 шт., цветной принтер – 1 шт., копировальный аппарат – 1 шт., сканер – 1 шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория (ауд. № 173а (лаборатория «Учебно-консультационный информационный центр»), площадь – 31,9 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 12 посадочных мест, персональные компьютеры – 12 шт., интерактивная доска – 1 шт., проектор – 1 шт., классная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
4	Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. № 179, площадь – 32,5 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 30 посадочных места, меловая доска – 1 шт., вешалка – 1 шт.
5	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 179, площадь – 32,5 м ²).	Оснащение: специализированная мебель на 30 посадочных места, меловая доска – 1 шт., вешалка – 1 шт.

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Технологии продаж» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта ВО по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» и учебного плана по профилю подготовки «Маркетинг»

Автор	к.э.н., доцент Ю. В. Рыбасова
Рецензент	к.э.н., доцент Д. В. Запорожец
	к.э.н., доцент А. Р. Байчерова

Рабочая программа дисциплины «Технологии продаж» рассмотрена на заседании кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, протокол № 18 от «16» мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» и учебного плана по профилю подготовки «Маркетинг».

Руководитель ОП	к.э.н., доцент Е. Г. Агаларова
-----------------	--------------------------------

Зав. кафедрой экономической теории, маркетинга и агроэкономики	д.э.н., профессор О. Н. Кусакина
---	----------------------------------

Рабочая программа дисциплины «Технологии продаж» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от «19» мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» и учебного плана по профилю подготовки «Маркетинг».

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Технологии продаж»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата
 по направлению подготовки

38.03.02	Менеджмент
код	направление подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, очно-заочная.	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 3 з.е. 108 часов.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч., в том числе практическая подготовка – 0 ч. практические (лабораторные) занятия – 36 ч., в том числе практическая подготовка - 0 ч., самостоятельная работа – 54 ч., в том числе практическая подготовка - 0 ч., контроль 0 ч. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 10 ч., в том числе практическая подготовка - 0 ч., практические (лабораторные) занятия – 20 ч., в том числе практическая подготовка - 0 ч., самостоятельная работа – 76 ч, в том числе практическая подготовка – 0 ч., контроль – 0 ч.
Цель изучения дисциплины	формирование у студентов системы теоретических знаний, практических умений и навыков в области профессиональных продаж в рыночной среде, умений использования навыков личной продажи товаров и услуг
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина Б1.О.37 «Технологии продаж» является дисциплиной обязательной части программы бакалавриата.
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины	Универсальные компетенции (УК) УК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски Общепрофессиональные компетенции (ОПК) ОПК – 1.2 Определяет и решает профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	Знания: - методов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), методов контроля собственных экономических и финансовых рисков (УК-10.2); - порядка определения и решения профессиональных задач с использованием понятийного аппарата экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2);

	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использовать финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролировать собственные экономические и финансовые риски (УК-10.2); - определять и решать профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2); <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применения методов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных целей, использования финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроля собственных экономических и финансовых рисков (УК-10.2); - определения и решения профессиональных задач с использованием понятийного аппарата экономической, организационной и управленческой науки (ОПК-1.2).
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)</p>	<p>Тема 1. Сущность и содержание продаж Тема 2. Роль и функции маркетинга в повышении эффективности продаж Тема 3. Принципы организации службы продаж и управление торговым персоналом Тема 4. Планирование и прогнозирование продаж Тема 5. Методы оценки эффективности продаж Тема 6. Техники и приемы продаж Тема 7. Технологии электронных продаж Тема 8. Современные технологии повышения эффективности продаж</p>
<p>Форма контроля</p>	<p><u>Очная форма обучения:</u> 8 семестр – зачет <u>Очно-заочная форма обучения:</u> 8 семестр – зачет</p>
<p>Автор:</p>	<p>к.э.н., доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики Рыбасова Ю. В.</p>