

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 25.04.2024 09:08:21

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное

образовательное учреждение высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе

Пятигорского института (филиала) СКФУ

Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Управление продажами

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент	
Направленность (профиль)	Управление бизнесом	
Год начала обучения	2024 г.	
Форма обучения	очная	очно-заочная
Реализуется в семестре	<u>8</u>	<u>9</u>

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств предназначен для проверки уровня сформированности компетенций по дисциплине «Управление продажами» студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Управление бизнесом») очная и очно-заочная формы обучения.
2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Управление продажами»
3. Разработчик: Пархоменко Н.А. доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления
4. Проведена экспертиза ФОС.
Члены экспертной группы:

Председатель Штапова И.С. – заведующий кафедрой экономики, менеджмента и государственного управления.

Члены комиссии:

Жуковская Н.П. – доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления;

Куликова Е.А. - доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления.

Представитель организации-работодателя: Мельников Игорь Юрьевич, генеральный директор ООО «Мелиса», г. Пятигорск

Экспертное заключение: фонд оценочных средств соответствует образовательной программе по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» направленность (профиль) «Управление бизнесом» и рекомендуется для проверки уровня сформированности компетенций.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор:</i> ИД-1. УК-2. Формулирует цель проекта, определяет совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение и определяет ожидаемые результаты решения задач.	Не способен понимать принципы взаимного дополнения, последовательной и параллельной взаимосвязи задач, направленных на достижение единой цели, использовать системно-аналитические методы в рамках достижения цели проекта, владеть методологией прогнозирования результатов решения задач	Способен на минимальном уровне понимать принципы взаимного дополнения, последовательной и параллельной взаимосвязи задач, направленных на достижение единой цели, использовать системно-аналитические методы в рамках достижения цели проекта, владеть методологией прогнозирования результатов решения задач	Способен на среднем уровне понимать принципы взаимного дополнения, последовательной и параллельной взаимосвязи задач, направленных на достижение единой цели, использовать системно-аналитические методы в рамках достижения цели проекта, владеть методологией прогнозирования результатов решения задач	Способен понимать принципы взаимного дополнения, последовательной и параллельной взаимосвязи задач, направленных на достижение единой цели, использовать системно-аналитические методы в рамках достижения цели проекта, владеть методологией прогнозирования результатов решения задач
<i>Компетенция: ПК-7 Способен участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений продуктов, услуг и технологий; продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий; управления проектами; консалтинга; стратегического и тактического планирования и организации производства</i>				
<i>Индикатор:</i> ИД-5. ПК-7 Способен участвовать в разработке и реализации программы продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий	Не знает основных способов, инструментов и особенностей продаж, не способен участвовать в разработке и реализации программы	Способен на минимальном уровне, применяя знания об основных способах, инструментах и особенностях продаж, участвовать в разработке и реализации	Способен на среднем уровне, применяя знания об основных способах, инструментах и особенностях продаж, участвовать в разработке и реализации	Способен на высоком уровне, применяя знания об основных способах, инструментах и особенностях продаж, участвовать в разработке и реализации программы

	продвижения продуктов, услуг и технологий.	программы продвижения продуктов, услуг и технологий.	программы продвижения продуктов, услуг и технологий.	продвижения продуктов, услуг и технологий.
--	---	---	---	--

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
		Форма обучения __ОФО__ Семестр_8_ Форма обучения __ОЗФО__ Семестр_9_	
1.		Дайте определение понятия «управление продажами».	ИД-1 УК-2
2.		Что понимается под «макросредой» продаж?	ИД-1 УК-2
3.		Что понимается под «микросредой» продаж?	ИД-1 УК-2
4.		Сущность менеджмента продаж.	ИД-1 УК-2
5.		Назовите этапы процесса управления продажами.	ИД-1 УК-2
6.		Дайте определение понятия «целевой сегмент».	ИД-1 УК-2
7.		Раскройте понятие «сегментация рынка».	ИД-1 УК-2
8.		Какие выделяют виды сегментации в зависимости от характера?	ИД-1 УК-2
9.		Охарактеризуйте типы рынка В2В и В2С.	ИД-1 УК-2
10.		Дайте определение понятия «канал сбыта».	ИД-1 УК-2
11.		Виды каналов сбыта.	ИД-1 УК-2
12.		Дайте определение понятия «посредник».	ИД-1 УК-2
13.		Дайте определение понятия «дистрибьютор».	ИД-1 УК-2
14.		Дайте определение понятия «дилер».	ИД-1 УК-2
15.		Методы выбора посредников.	ИД-1 УК-2
16.		К какой из функций продаж относится: формирование и регулирование взаимодействия между подразделениями и сотрудниками фирмы в процессе управления продажами: 1. планирование	ИД-1 УК-2

		<ul style="list-style-type: none"> 2. организация 3. контроль 	
17.		<p>Указать правильную последовательность этапов продаж:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. знакомство, презентация, выявление потребностей клиента, работа с возражениями, завершение сделки 2. знакомство, выявление потребностей клиента, презентация, завершение сделки, работа с возражениями 3. знакомство, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, завершение сделки 	ИД-1 УК-2
18.		<p>Нулевой уровень канала распределения соответствует схеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Производитель – оптовый торговец 2. Мелкооптовый торговец – розничный торговец 3. Розничный торговец – клиент 	ИД-1 УК-2
19.		<p>Под шириной канала распределения понимается:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. число каналов. 2. число участников 3. число звеньев 	ИД-1 УК-2
20.		<p>Как влияет увеличение длины канала сбыта на конечную цену товара:</p> <ul style="list-style-type: none"> -: Цена повышается; -: Цена не изменяется; -: Цена уменьшается. 	ИД-1 УК-2
21.		Назовите объекты стимулирования сбыта.	ИД-5 ПК-7
22.		Дайте определение понятия «планирование продаж».	ИД-5 ПК-7
23.		Назовите этапы процесса планирования продаж.	ИД-5 ПК-7
24.		Раскройте понятие «дискаунтер».	ИД-5 ПК-7
25.		Раскройте понятие «гипермаркет».	ИД-5 ПК-7
26.		Подходы к формированию системы мотивации	ИД-5 ПК-7

		сотрудников отдела продаж.	
27.		Инструменты нематериальной мотивации сотрудников отдела продаж.	ИД-5 ПК-7
28.		Назовите основные показатели эффективности работы сотрудника отдела продаж.	ИД-5 ПК-7
29.		Поиск потенциальных клиентов.	ИД-5 ПК-7
30.		Раскройте понятие «реклама».	ИД-5 ПК-7
31.		Презентация товаров или услуг.	ИД-5 ПК-7
32.		Типы возражений в продажах.	ИД-5 ПК-7
33.		Этапы работы с возражениями клиентов.	ИД-5 ПК-7
34.		Зональные пространства при ведении деловых переговоров.	ИД-5 ПК-7
35.		Контроль деятельности отдела продаж.	ИД-5 ПК-7
36.		Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке? 1. клиенты, свой продукт, конкуренты. 2. сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ. 3. цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.	ИД-5 ПК-7
37.		Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги: 1. харизматичность менеджера по продажам. 2. давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом. 3. высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях.	ИД-5 ПК-7
38.		Причинами стремительного развития сферы стимулирования сбыта являются: 1. снижение эффективности рекламы 2. рост влияния посредников 3. перепроизводство товаров	ИД-5 ПК-7
39.		Если компания производит продукцию, реализуемую по высоким ценам, а ее потребители проживают конкретно в	ИД-5 ПК-7

		<p>одном районе. Какой метод продвижения товара она будет в основном использовать:</p> <ol style="list-style-type: none">1. рекламу;2. личные продажи;3. пропаганду.	
40.		<p>Официальное заявление компании о своих ценностях, имеющих отношение к нуждам и предпочтениям потребителей – это:</p> <ol style="list-style-type: none">1. кодекс социальной ответственности;2. этический кодекс;3. культура продаж.	ИД-5 ПК-7

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он способен понимать принципы взаимного дополнения, последовательной и параллельной взаимосвязи задач, направленных на достижение единой цели, использовать системно-аналитические методы в рамках достижения цели проекта, владеть методологией прогнозирования результатов решения задач; применяя знания об основных способах, инструментах и особенностях продаж, участвовать в разработке и реализации программы продвижения продуктов, услуг и технологий. Зачет выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на достаточно высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не способен понимать принципы взаимного дополнения, последовательной и параллельной взаимосвязи задач, направленных на достижение единой цели, использовать системно-аналитические методы в рамках достижения цели проекта, владеть методологией прогнозирования результатов решения задач; применяя знания об основных способах, инструментах и особенностях продаж, участвовать в разработке и реализации программы продвижения продуктов, услуг и технологий. Зачет не выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.