

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Направление и направленность (профиль)
38.03.07 Товароведение. Товарный менеджмент во внутренней и внешней торговле

Год набора на ОПОП
2021

Форма обучения
очная

Владивосток 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление продажами» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №985) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Вершинина А.Г., кандидат технических наук, доцент, Кафедра маркетинга и логистики, Anna.Vershinina@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры маркетинга и логистики от «___» _____ 20__ г. , протокол № _____

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000BB3015
Владелец	Юрченко Н.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью изучения дисциплины является формирование у бакалавров соответствующих теоретических знаний и практических навыков по управлению хозяйственными и социальноэкономическими процессами, понимания современных тенденций в области продаж и принятию правильных управленческих решений в предпринимательской деятельности.

В процессе изучения курса решаются следующие задачи:

- сформировать понимание сущности, принципов, функций и задач управления продажами;
- ознакомить с ролью и развитием продаж в маркетинге, поведением покупателей и стратегией продаж;
- освоить знания относительно организации службы сбыта, продаж и требований к профессиональной компетенции специалиста по продажам;
- сформировать знания о каналах и продвижении продаж, о мотивации и подготовке кадров, о прогнозировании объемов продаж;
- ознакомить с ответственностью персональных продажах и управления ключевыми клиентами, основанных на взаимоотношениях, информационных технологиях в продажах;
- применять практические технологии по организации продаж с использованием маркетинговых подходов;
- сформировать практические навыки по использованию знаний по управлению продажами для правильной организации продаж и оценки их эффективности.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.07 «Товароведение» (Б-ТВ)	ОПК-4 : Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы	ОПК-4.1к : Обосновывает профессиональные решения по управлению ассортиментом товаров	РД1	Знание	основ принятия решений по управлению ассортиментом товаров
			РД2	Умение	Обосновывать профессиональные решения по управлению ассортиментом товаров
			РД3	Навык	работы с профессиональными решениями по управлению ассортиментом товаров

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление продажами» относится к дисциплинам базовой части.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
				лек.		прак.	лаб.	ПА	КСР			
38.03.07 Товароведение	ОФО	Б1.Б	5	4	73	36	36	0	1	0	71	Э

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код ре-зультата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Сущность управления продажами	РД1	4	4	0	8	защита практической работы
2	Стратегия продаж	РД2	4	4	0	8	защита практической работы
3	Система мотивации в продажах	РД1	4	4	0	8	защита практической работы
4	Оперативное управление продажами	РД2, РД3	4	4	0	8	защита практической работы
5	Информационные технологии продаж	РД3	4	4	0	8	защита практической работы
6	Выбор товара, источники поставок	РД1, РД2	4	4	0	8	защита практической работы
7	Управление товарным ассортиментом	РД2	4	4	0	8	защита практической работы
8	Управление финансами	РД3	8	8	0	15	защита практической работы
Итого по таблице			36	36	0	71	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Сущность управления продажами.

Содержание темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

Тема 2 Стратегия продаж.

Содержание темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической

работе.

Тема 3 Система мотивации в продажах.

Содержание темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

Тема 4 Оперативное управление продажами .

Содержание темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

Тема 5 Информационные технологии продаж.

Содержание темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

Тема 6 Выбор товара, источники поставок .

Содержание темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

Тема 7 Управление товарным ассортиментом .

Содержание темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

Тема 8 Управление финансами.

Содержание темы: .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: презентации.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практической работе.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Для выполнения самостоятельной работы студентов необходимы помещения, укомплектованные соответствующей компьютерной техникой с возможностью подключения

к сети "Интернет", обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ВГУЭС, к современным профессиональным базам данных, информационным справочным системам (например, Консультант Плюс, Гарант Сервис и др.). В данной учебной программе приведен перечень основных и дополнительных источников, которые предлагается изучить в процессе обучения по дисциплине. Кроме того, для расширения и углубления знаний по данной дисциплине целесообразно использовать: научные публикации в тематических журналах («Товаровед продовольственных товаров»); полнотекстовые базы данных библиотек; имеющиеся в библиотеках вуза и региона публикации на электронных и бумажных носителях и др.

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на лекциях и практических занятиях, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу. В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям. Методические рекомендации по обеспечению самостоятельной работы Цель СРС в процессе обучения заключается, как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию в новых условиях на новом учебном материале.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. - 3-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 278 с. - ISBN 978-5-394-03902-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093501> (дата обращения: 26.02.2024).

2. Управление продажами : учебник / под общ. ред. С. В. Земляк. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 300 с. - ISBN 978-5-9558-0531-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2002632> (дата обращения: 26.02.2024).

3. Шальнова, О. А. Стимулирование продаж: принципы, методы, оценка : учебное пособие / О.А. Шальнова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 107 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/487. - ISBN 978-5-16-009345-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1819261> (дата обращения: 26.02.2024).

7.2 *Дополнительная литература*

1. Исаев, И. Техники зомбо-продаж: как заставить клиентов покупать, а сотрудников продавать : практическое руководство / И. Исаев. - Москва : Интеллектуальная Литература, 2021. - 296 с. - ISBN 978-5-907394-11-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1841922> (дата обращения: 26.02.2024).

2. Миллер, Д. Бизнес на пальцах: Развитие навыков управления, продаж и маркетинга за 60 дней : практическое руководство / Д. Миллер. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 216 с. - ISBN 978-5-9614-7498-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138393> (дата обращения: 26.02.2024).

7.3 *Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):*

1. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
2. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
3. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>
4. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft Office 2010 Suites and Apps Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Направление и направленность (профиль)

38.03.07 Товароведение. Товарный менеджмент во внутренней и внешней торговле

Год набора на ОПОП
2021

Форма обучения
очная

Владивосток 2023

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.03.07 «Товароведение» (Б-ТВ)	ОПК-4 : Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы	ОПК-4.1к : Обосновывает профессиональные решения по управлению ассортиментом товаров

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ОПК-4 «Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ОПК-4.1к : Обосновывает профессиональные решения по управлению ассортиментом товаров	РД1	Знание	основ принятия решений по управлению ассортиментом товаров	практическая работа
	РД2	Умение	Обосновывать профессиональные решения по управлению ассортиментом товаров	практическая работа
	РД3	Навык	работы с профессиональными решениями по управлению ассортиментом товаров	практическая работа

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения		Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Очная форма обучения				
РД1	Знание : основ принятия решений по управлению ассортиментом товаров	1.1. Сущность управления продажами	Практическая работа	Тест
		1.3. Система мотивации в продажах	Практическая работа	Тест
		1.6. Выбор товара, источники поставок	Практическая работа	Тест
РД2	Умение : Обосновывать профессиональные решения по управлению ассортиментом товаров	1.2. Стратегия продаж	Практическая работа	Тест
		1.4. Оперативное управление продажами	Практическая работа	Тест
		1.6. Выбор товара, источники поставок	Практическая работа	Тест
		1.7. Управление товарным ассортиментом	Практическая работа	Тест
РД3	Навык : работы с профессиональными решениями и по управлению ассортиментом товаров	1.4. Оперативное управление продажами	Практическая работа	Тест
		1.5. Информационные технологии продаж	Практическая работа	Тест
		1.8. Управление финансами	Практическая работа	Тест

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство				
	эссе		ПЗ	Тест №1-4	Итого
Лекции				14	14
Практические занятия			56		56
Самостоятельная работа	10				10
Промежуточная аттестация				20	20
Итого	10		56	34	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции

от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Примеры заданий для выполнения практических работ

Тема 7

1) 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%. Определить, на сколько возрастет объем продаж.

2) 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. Провести классификацию рынков компании и определить наиболее оптимальные рынки для компании.

3) Маркетинговые исследования показали, что число покупателей компании в 2006 году было 12800 человек, а в 2007 году составит 14250 человек. Рост цены прогнозируется на 5,6% и составит 1135 рублей. В среднем данная марка товара приобретается дважды в год. Рассчитать величину изменения рыночного спроса на товар.

4) Рассчитать рейтинг поставщиков по данным, представленным в таблице:

Критерий выбора поставщика	Удельный вес критерия		Оценка значения критерия у данного поставщика (по десятичной шкале)
	Поставщик 1	Поставщик 2	
1. Надежность поставки	0,30	0,40	7
2. Цена	0,25	0,15	6
3. Качество товара	0,15	0,20	8
4. Условия платежа	0,15	0,15	4
5. Возможность внеплановых поставок	0,1	0,05	7
6. Финансовое состояние поставщика	0,05	0,05	4
ИТОГО:	1,0	1,0	-

Краткие методические указания

Выполняя практические работы студент должен руководствоваться знаниями, полученными на лекционных занятиях и в ходе самостоятельно работы

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	8	Студент на высоком уровне умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности
4	6	Студент на среднем уровне умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности
3	3	Студент на базовом уровне умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности
2	1-2	Студент не умеет решать стандартные задачи профессиональной деятельности

5.2 Примеры тестовых заданий

Тема 4

1. Концепция управления продажами содержит основные решения по управлению компанией в области продаж:
 - а) да;
 - б) нет.

1. Управление продажами предполагает:
 - а) определение целей;
 - б) контроль достижения целей;
 - в) активизацию конфликтов.

1. В российских компаниях наибольшее развитие получили следующие элементы управления продажами:
 - а) организация отдела продаж;
 - б) управление отделом продаж;
 - в) определение целевого клиента;
 - г) навыки персональных продаж.

1. Укажите соответствие между элементами управления продаж и их содержанием:

Элементы управления продажами	Содержание элементов			
	Мотивация сотрудников	Стимулирование дистрибьюторов	Тактика выхода в новые ниши	Уровень сервиса
	а	б	в	г

1. Определение целевых клиентов
2. Управление отделом продаж
3. Управление каналам и продаж
4. Навыки персональных продаж

1. **5.** Организационная культура — это система прогрессивных формальных и неформальных... деятельности.
2. **6.** Выделяют следующие аспекты организационной культуры:
 - а) интеграционный;
 - б) координационный;
 - в) факторный;
 - г) когнитивный.

1. **7.** Формирование организационной культуры продаж преследует цели:

- а) снижение нормы прибыли;
- б) расширение взаимоотношений с клиентами;
- в) оптимизация клиентской базы.

1. 8. Активными методами сбора информации о клиенте в процессе беседы выступают:

- а) анкетирование;
- б) слушание клиента;
- в) специальные вопросы;
- г) наблюдение.

1. 9. Подготовка к презентации товара предполагает ответ на вопросы:

- а) какие использовать приемы убеждения клиента;
- б) как уйти от сложившейся ситуации;
- в) какие приемы убеждения подходят данному клиенту?

1. 10. Спор с клиентом способствует заключению сделки:

- а) да;
- б) нет.

1. 11. Тактика завершения сделки использует приемы:

- а) подведение итогов;
- б) наблюдение;
- в) альтернативные вопросы;
- г) сведение принятия решения к формальностям.

1. 12. Основными видами подготовки к продаже являются:

- а) физическая;
- б) социальная;
- в) психологическая.

Тема 5

1. Глобализация информационных технологий происходит на основе:

- а) ресурсов организации;
- б) ресурсов спутниковой связи;
- в) ресурсов сети Интернет.

1. Организационные формы использования программно-технических средств целесообразно осуществлять с учетом:

- а) сложности программных средств;
- б) сложности технических средств;
- в) уровней иерархии управления.

1. 15. К основным преимуществам МИС относят:

- а) отсутствие возможности координации планов маркетинга;
- б) широкий охват информации;
- в) высокая скорость анализа информации.

1. 16. Укажите соответствие между подсистемами МИС и их задачами:

	Решаемые задачи		
Подсистемы МИС	Представление сведений о рынке	Представление сведений о продажах	Подготовка и проведение исследований

1. Внутренней отчетности
2. Маркетингового наблюдения
3. Маркетингового исследования

1. **17.** Комплексная информационная система стратегического управления позволяет:
 - а) проводит конъюнктурный анализ рынка;
 - б) формировать стратегический прогноз системы «предприятие — рынок»;
 - в) управлять работниками отдела продаж.

1. **18.** Какие виды компьютерных технологий используют для получения (накопления), обработки и анализа информации:
 - а) нейронные сети;
 - б) Интернет;
 - в) только web-страницы;
 - г) интранет.

1. **19.** Нейронные сети используются для:
 - а) анализа и управления рисками;
 - б) хранения информации;
 - в) классификации данных по категориям.

1. **20.** Интранет — это виртуальное пространство, созданное внутри:
 - а) структурного подразделения компании;
 - б) сети компаний;
 - в) отдельно взятой компании.

1. **21.** Внутрикorporативные порталы решают в том числе задачи, связанные с представлением информации дилерам и поставщикам:
 - а) да;
 - б) нет.

1. **22.** Схема организации электронной коммерции B2B имеет место, когда сделки через Интернет осуществляют:
 - а) предприятия;
 - б) потребители;
 - в) потребители и предприятия.

1. **23.** «Служба закупок» позволяет предприятию с интернет-сайта осуществлять:
 - а) сбыт товара компании;
 - б) материально-техническое снабжение компании;
 - в) управление запасами ресурсов компании.

1. **24.** Электронные и торговые площадки выполняют функции по:
 - а) снабжению и сбыту;
 - б) снабжению;
 - в) сбыту.

1. **25.** Система планирования ресурсов — это система:
 - а) PLM;

- б) ERP;
- в) CRM.

1. **26.** Одной из функций системы CRM является организация взаимодействия между подразделениями маркетинга, продаж и сервисного обслуживания:
 - а) да;
 - б) нет.

1. **27.** Система PLM— это система:
 - а) управления цепочками поставок;
 - б) планирования ресурсов предприятия;
 - в) управления жизненным циклом изделия.

1. **28.** Задача электронного бизнеса — это использование современных информационных технологий для реорганизации старых бизнес-моделей с целью повышения качества работы организации:
 - а) да;
 - б) нет.

1. **29.** Форма бизнес-процесса, в которой взаимодействие между субъектами происходит электронным способом, называется:
 - а) электронной коммерцией;
 - б) коммерцией;
 - в) торговлей.

1. **30.** Субъектами электронного бизнеса выступают:
 - а) структурные подразделения компании;
 - б) филиалы компании;
 - в) организации, взаимодействующие через Интернет.

1. **31.** Этап становления электронной коммерции характеризуется преобладанием:
 - а) сделок C2C;
 - б) сделок B2C;
 - в) сделок B2B.

1. **32.** Видами B2B -площадок выступают:
 - а) корпоративные площадки;
 - б) отраслевые площадки;
 - в) закрытые площадки;
 - г) универсальные площадки.

1. Преодоление истинных возражений клиента приводит к:
 - а) срыву сделки;
 - б) приостановке сделки;
 - в) заключению сделки.

1. Различают следующие виды сопротивления клиента:
 - а) сопротивление контракту;
 - б) сопротивление предложению;
 - в) сопротивление продавцу;
 - г) сопротивление насыщению.

1. Правила обработки возражений включают следующие положения:
 - а) никогда не надо спорить с клиентом;
 - б) никогда не надо перебивать клиента;
 - в) всегда надо настаивать на своем.

1. К формам обработки возражений клиентов относят:
 - а) логическую;
 - б) экспертную;
 - в) метафоры;
 - г) эмоциональную.

1. К способам завершения сделки относят:
 - а) естественное завершение;
 - б) искусственное завершение;
 - в) завершение с уступками.

1. Завершение сделки на основе альтернатив — это:
 - а) предложение клиенту уступок;
 - б) предложение клиенту альтернативы;
 - в) предложение клиенту рискнуть.

Краткие методические указания

Отвечая на вопросы теста студенту необходимо определить один или несколько правильных вариантов ответа, ответить на вопросы по сопоставлению, при этом руководствуясь знаниями, полученными на лекционных занятиях и в ходе самостоятельной работы.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	9-10	Студент умеет применять знания учебного материала на практике в ходе решения тестовых заданий на высоком уровне
4	7-8	Студент умеет применять знания учебного материала на практике в ходе решения тестовых заданий на среднем уровне
3	3-6	Студент умеет применять знания учебного материала на практике в ходе решения тестовых заданий на базовом уровне
2	0-2	Студент умеет применять знания учебного материала на практике в ходе решения тестовых заданий на уровне ниже базового