

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
В.Г. Шубаева
20 22 г.

Управление продажами

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки/ Специальность 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль) программы/ Специализация Коммерция и электронная торговля
Уровень высшего образования Бакалавриат
Форма обучения очная
Год набора 2022

Составитель(и):

к.э.н, Олейник Наталья Михайловна

Часов по учебному плану	180	Виды контроля в семестрах: Экзамен: семестр 7 Курсовая работа: семестр 7
в том числе:		
контактная работа	80	
самостоятельная работа	64	
практическая подготовка	0	
часов на контроль	36	

Распределение часов дисциплины:

Семестр:	7
Вид занятий	Часы
Лекционные занятия	24
Практические занятия	56
Лабораторные работы	0
Итого аудиторных часов	80
Самостоятельная работа	64
Часы на контроль	36
Итого академических часов	180
Общая трудоемкость в зачетных единицах	5

Санкт-Петербург
2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*	4
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
5.1 Рекомендуемая литература	6
5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства	6
5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД).....	6
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	9
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....	11
1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации	11
1.2 Темы письменных работ.....	12
1.3 Контрольные точки	13
1.4 Другие объекты оценивания	13
1.5 Самостоятельная работа обучающегося	13
1.6 Шкала оценивания результата	13

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель:	Формирование системы знаний, умений и навыков в области организации, управления и развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике.
--------------	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В Управление продажами относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 - Способен осуществлять организацию, управление и развитие торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике	ПК-3.2 - Разрабатывает функциональные стратегии с целью обеспечения эффективности реализации торгово-технологических/коммерческих процессов операционной деятельности предприятий и развития бизнеса в цифровой экономике	<p>Знать: особенности организации, управления и развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике. Систему управления продажами коммерческого предприятия в цифровой экономике и управленческие процессы, связанные с продажей товаров и услуг.</p> <p>Уметь: оценивать результаты организации, управления и развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике. Использовать знания по управлению продажами в организации работы отдела продаж коммерческого предприятия за счет внедрения современных технологий с целью обеспечения эффективности деятельности..</p> <p>Владеть: методами организации, управления и развития торгового бизнеса и коммерческой деятельности предприятий в цифровой экономике. Приемами разработки концепции и решения задач в области управления продажами с целью обеспечения эффективности деятельности коммерческих предприятий и развития торгового бизнеса в цифровой экономике..</p>

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ*

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Содержание дисциплины	Объем дисциплины (академические часы)			
		Контактная работа			СРО
		ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
Тема 1. Сущность, системный подход и концепция управления продажами в торговом бизнесе	Предмет, цель и задачи дисциплины. Определение основных понятий дисциплины: сбытовая деятельность, продажа, управление процессом продаж, эффективная система продаж. Продажа и сбыт как часть маркетинговой функции предприятия. Цели и основные задачи системы управления продажами коммерческими предприятиями в цифровой экономике. Концепция управления продажами. Участники системы продаж: производители, потребители, посредники, торговые организации, государственные органы, другие заинтересованные структуры. Бизнес-процессы продаж. Элементы эффективной системы управления продажами.	2	6		8
Тема 2. Организация работы отдела продаж	Управленческие процессы, связанные с продажами товаров и услуг. Целеполагание создания отдела исходя из миссии компании. Типы организационных структур отдела продаж. Факторы, влияющие на построение отдела продаж торгового предприятия. Структура регламентов: положение об отделе продаж, должностные инструкции. Подразделения, взаимодействующие с отделом продаж. Построение отношений отдела продаж с другими подразделениями. Развитие отдела продаж: аудит системы продаж и определение текущего положения в отделе продаж; разработка стратегии развития отдела продаж; внедрение изменений в существующий отдел продаж.	2	6		8
Тема 3. Организация и управление системой продаж товаров и услуг	Виды продаж. Формы продаж. Функциональные зоны продаж. Этапы продаж. Виды, характеристика и формирование каналов продаж. Методы продаж товаров/услуг. Характеристика метода «воронка продаж», его роль в управлении продажами, функции, этапы. Методы организации продаж в современном ритейле: традиционный, мультиканальный, омниканальный. Онлайн-инструменты для привлечения клиентов. Работа с целевыми клиентами. Управление взаимоотношениями: поиск потенциальных клиентов, выстраивание продаж под потребности конкретных клиентов, презентации и переговоры, подбор аргументов, заключение сделок. Схема презентации товара AIDA. Новые практики и технологии продаж.	6	14		14
Тема 4. Прогнозирование и планирование	Термины «прогнозирование» и «планирование» продаж. Стратегия продаж как основа коммерческой политики торговой компании. Управление продажами: стратегическое,	4	8		12

продаж	тактическое, клиентоориентированное. Методы прогнозирования продаж: субъективные: мнения персонала, мнения ключевых руководителей, метод Дельфи); объективные: прогнозирование на основе экспертных данных, прогнозирование на основе данных результатах процессов, прогнозирование на основе данных о показателях процессов. Прогнозирование продаж на основе анализа корреляций. Сущность, цели и задачи планирования продаж. Уровни планирования. Этапы составления плана. Показатели плана продаж. Постановка, корректировка и реализация плана продаж. Планирование продаж в Excel. Риски и их нейтрализация.				
Тема 5. Управление финансами при управлении продажами	Бюджет продаж, его оценка и распределение. Внутренний и внешний контроль продаж. Мониторинг продаж. Оценка системы продаж. Регулирование системы продаж в зависимости от результатов.	2	6		6
Тема 6. Управление торговым персоналом	Цели, задачи, функции руководителя отдела продаж. Стили организационно-управленческой работы с малыми коллективами. Организация работы персонала отдела продаж. Функциональные обязанности персонала по реализации товаров/услуг. Должностные инструкции сотрудников отдела продаж. Формы обучения персонала отдела продаж. Мотивации персонала. Методы оценки работы персонала. Система контроля сроков исполнения задач. Ведение переговоров о реализации товаров/услуг. Схема презентации товара AIDA. Технологии организационно-управленческой работы с малыми коллективами, процедурами и техникой нормирования труда на коммерческих предприятиях. Совершенствование работы отдела продаж коммерческого предприятия за счет внедрения современных технологий. Конфликты в процессе продаж, методы их разрешения. Психологические источники успешных продаж. Роль наставничества в управлении продажами.	4	12		10
Тема 7. Автоматизации процесса управления продажами	Цели и задачи внедрения CRM-систем. Классификация CRM-систем. Этапы внедрения CRM-системы. Достоинства и недостатки. Оценка эффективности системы управления продажами.	4	4		6
Контроль:					36
Всего по дисциплине:		24	56	0	64

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Рекомендуемая литература

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Электронные ресурсы
Лифиц И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс).	https://urait.ru/viewer/tovarnyy-menedzhment-466184
Коммерческая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 404 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).	https://urait.ru/viewer/kommercheskaya-deyatelnost-468978
Магомедов А. М. Экономика организаций торговли : учебник для прикладного бакалавриата / А. М. Магомедов. — 2-е изд., пер. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 266 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс).	https://urait.ru/viewer/ekonom...ka-organizaciy-torgovli-473534

5.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства

- 7-Zip
- ОС Альт образование 10
- LibreOffice

5.3 Перечень информационных справочных систем (ИСС) и современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД/ ИСС
1.	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3.	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4.	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5.	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary www.oecd-ilibrary.org
6.	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.consultant.ru)
7.	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.garant.ru)

8.	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
9.	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
10.	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
11.	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
12.	Электронная библиотека СПбГЭУ – opac.unicon.ru

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Помещения оснащены оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование учебных аудиторий, перечень	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 411 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., трибуна - 1 шт., тумба - 1 шт. Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт., Мультимедиа проектор Epson EB-X02 - 1 шт., Экран проекцион. Projecta Compact Electrol 153x200 см MATTE White S - 1 шт., Колонки Hi-Fi PRO MASKGT-W- (2шт.) - 1 шт., Звуковой к-т (микшер-усилитель Apart Concept+ микрофон BEHRINGER) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А
Ауд. 517 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 32 посадочных мест, рабочее место преподавателя, трибуна аудиторная - 1 шт., доска аудиторная - 1 шт., Моноблок Acer Aspire Z1811 Intel Core i5-2400S@2.50GHz/4Gb/1Tb - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 - 1 шт., Акустическая система Hi-Fi PRO MASK6T-W - 2 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Экран Lumen Master 203*153 см - 1 шт. Наборы	192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А

демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
Ауд. 210 Компьютерный класс (для проведения практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ) с применением вычислительной техники). Оборудован мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 14 посадочных мест, рабочее место преподавателя, доска аудиторная - 1 шт., трибуна аудиторная - 1 шт., Компьютер Моноблок FOX MIMO 4450 2.8Gh\4gb\500GB\DVD-RW\21.5\WiFi\Lan - 16 шт., Проектор NEC NP610 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	192007, г. Санкт-Петербург, ул. Прилукская, д. 3, лит. А

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться со следующими документами:

- учебно-методической документацией;
- локальными нормативными актами, регламентирующими основные вопросы организации и осуществления образовательной деятельности, в том числе регламентирующие порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся;
- графиком консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава.

Уровень и глубина освоения дисциплины определяются активной и систематической работой обучающихся на лекционных занятиях, занятиях семинарского типа, выполнением самостоятельной работы, в том числе в части выделения наиболее значимых и актуальных проблем для дальнейшего изучения. Особым условием качественного освоения дисциплины является эффективная организация труда, позволяющая распределить учебную нагрузку равномерно в соответствии с графиком учебного процесса.

При подготовке к учебным занятиям обучающимся предоставляется возможность посещения консультаций сотрудников профессорско-преподавательского состава СПбГЭУ согласно расписанию, установленному в графике консультаций.

Аудиторная и внеаудиторная работа обучающихся должна быть направлена на формирование:

- фундаментальных основ мировоззрения обучающихся и естественнонаучного познания;
- базисных знаний, соответствующих направлению подготовки и заявленной профессиональной области, формирующих целевую и профессиональную основу для подготовки кадров;

- профессиональных компетенций ориентированных на удовлетворение потребностей рынка труда;
- индивидуальной траектории посредством освоения уникального набора профессиональных компетенций дополняющих компетентностную модель обучающегося, за счет ориентации на конкретные профессиональные специализированные области знаний, определяемые представителями рынка труда;
- метанавыков обучающихся, таких как: командная работа и лидерство, анализ данных, цифровые навыки, разработка и реализация проектов, межкультурное взаимодействие.

8. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья. Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как

совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Контрольные вопросы и задания к промежуточной аттестации

- 1 Определение основных понятий дисциплины: сбытовая деятельность, продажа, управление продажами, эффективная система продаж.
- 2 Цели, основные задачи управления продажами, субъекты и объекты продаж.
- 3 Целеполагание создания отдела продаж исходя из миссии компании. Принципы построения отдела продаж.
- 4 Продажи как система. Участники системы продаж: производители, потребители, посредники, государственные институты, торговые организации, другие заинтересованные структуры.
- 5 Концепция управления продажами. Элементы эффективной системы управления продажами.
- 6 Эволюция теории и практики управления продажами.
- 7 Организация работы отдела продаж.
- 8 Типы организационных структур отдела продаж.
- 9 Факторы, влияющие на построение отдела продаж. Критерии выбора структуры отдела продаж.
- 10 Последовательность этапов построения отдела продаж.
- 11 Структура регламентов: положение об отделе продаж, должностные инструкции.
- 12 Построение отношений отдела продаж с другими подразделениями.
- 13 Развития отдела продаж: аудит системы продаж и определение текущего положения в отделе продаж; разработка стратегии развития отдела продаж; внедрение изменений в существующий отдел продаж.
- 14 Организация системы продаж товаров и услуг: виды, формы, зоны и этапы продаж.
- 15 Характеристика факторов, влияющих на продажи.
- 16 Управление продажами как часть управленческой деятельности. Требования к компетенциям менеджера и руководителя отдела продаж.
- 17 Уникальное торговое предложение, этапы создания, предложение.
- 18 Виды, характеристика и формирование каналов продаж.
- 19 Характеристика видов продаж: простые / операционные / транзакционные, консультационные, сложные / стратегические.
- 20 Характеристика методов продаж товаров/услуг по различным классификационным признакам.
- 21 Методы организации продаж в современном ритейле: традиционный, мультиканальный, омниканальный. Достоинства, недостатки.
- 22 Характеристика этапов продаж на рынках B2C, B2B.
- 23 Технология продаж по методу СПИН.
- 24 Показатели оценки эффективности процесса продаж: абсолютные, относительные.
- 25 Виды, характеристика, сегментация, этапы формирования каналов продаж.
- 26 Характеристика метода «воронка продаж», его роль в управлении продажами, функции, этапы.
- 27 Показатели, отражающие эффективность применения воронки продаж.
- 28 Работа с целевыми клиентами. Онлайн-инструменты для привлечения клиентов.
- 29 Управление взаимоотношениями с клиентами: поиск потенциальных клиентов, выстраивание продаж под потребности конкретных клиентов, презентации и переговоры, подбор аргументов, заключение сделок.
- 30 Новые практики и технологии продаж.

- 31 Методы прогнозирования и планирования продаж: субъективные, объективные.
- 32 Управление продажами: стратегическое, тактическое, клиентоориентированное.
- 33 Основные этапы разработки статистических прогнозов.
- 34 Основные направления планирования продаж.
- 35 Факторы, влияющие на объем возможных продаж, их учет при разработке плана.
- 36 Уровни планирования. Этапы составления плана. Показатели плана продаж.
- 37 Постановка, корректировка и реализация плана продаж.
- 38 Планирование объема продаж в отделе продаж, этапы, показатели.
- 39 Характеристика бизнес-процессов продаж коммерческого предприятия.
- 40 Управление финансами при управлении продажами. Бюджет продаж, его оценка и распределение.
- 41 Внутренний и внешний контроль продаж. Мониторинг продаж. Оценка системы продаж.
- 42 Управление торговым персоналом: планирование, организация, мотивация, обучение, оценка, контроль.
- 43 Цели, задачи, функции руководителя отдела продаж.
- 44 Формы и методы обучения персонала отдела продаж.
- 45 Ведение переговоров о реализации товаров/услуг.
- 46 Конфликты в процессе продаж, методы их разрешения.
- 47 Роль наставничества в управлении продажами.
- 48 Классификация, цели и задачи внедрения CRM-систем.
- 49 Этапы внедрения CRM-системы, достоинства и недостатки.
- 50 Оценка эффективности системы управления продажами.

1.2 Темы письменных работ

- 1 Преимущества и проблемы развития электронной коммерции
- 2 Модели электронной коммерции на рынках B2C и B2B
- 3 Сайт как инструмент электронной торговли
- 4 Преимущества и проблемы развития электронной торговли
- 5 Интернет-магазины как современная форма организации дистанционных продаж
- 6 Взаимосвязь маркетинга и управления в процессе организации продаж
- 7 Особенности электронной торговли и ее отличие от традиционного способа продаж
- 8 Электронная коммерция как инструмент управления коммерческой деятельностью
- 9 Проблемы управления в электронной коммерции и пути их решения
- 10 Этапы планирования продаж торговой компании в сети интернет
- 11 Применение метода воронки в управлении продажами
- 12 Маркетинговые коммуникации в электронной коммерции
- 13 Цели, методы и основные критерии оценки управления клиентской базой в продажах
- 14 Способы привлечения клиентов с помощью социальных сетей
- 15 Электронная торговля. Виды электронных торговых площадок
- 16 Сравнительная характеристика и выбор CRM системы для отдела продаж
- 17 Коммерция в социальных сетях. Инструменты SMM
- 18 Развитие электронной торговли в России
- 19 Функционирование и развитие электронных торговых площадок в России
- 20 Интернет – магазин как основной инструмент электронной торговли
- 21 Исторический обзор формирования и развития электронной торговли
- 22 Основные категории электронной коммерции
- 23 Настоящее и будущее технологии Big Data и ее роль в электронной коммерции
- 24 Электронная коммерция на потребительском рынке товаров и услуг

- 25 Тенденции развития электронной коммерции в современных условиях
- 26 Web-сайт – основа электронной торговли, основной инструмент продаж
- 27 Безопасность электронной коммерции
- 28 Классификация моделей электронной торговли
- 29 Стимулирование продаж в электронной торговле
- 30 Инфраструктура системы электронной коммерции

1.3 Контрольные точки

Номер контрольной точки	Тип контрольной точки	Способ проведения	Номера тем
1	Тест	с помощью технических средств и информационных систем	1,2,3,4
2	Контрольная работа	письменно	5,6,7
3	Текущий контроль	с помощью технических средств и информационных систем	1-7

1.4 Другие объекты оценивания

Рабочей программой дисциплины не предусмотрено.

1.5 Самостоятельная работа обучающегося

Наименования самостоятельной работы	Номера тем
Подготовка к лекционным и практическим занятиям	1-7
Подготовка к экзамену	1-7
Курсовое проектирование	1-7

1.6 Шкала оценивания результата

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения **по дисциплине** регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется **балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся**:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен (или дифференцированный зачет), итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
≤ 54	неудовлетворительно
55-69	удовлетворительно
70-84	хорошо
≥ 85	отлично

Шкала оценивания результата

2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продemonстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.