



**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФГБОУ ВО «ИГУ»

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

декан факультета бизнес-коммуникаций и
информатики

М.Г. Синчурина

«18» марта 2026 г

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Наименование дисциплины (модуля)

Б1.В.ДВ.01.02 Технологии продаж

(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки:

**42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

(код, наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки:

Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

(очная, заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий), очно-заочная (с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий*))*

Согласовано с УМК факультета бизнес-коммуникаций и информатики:

Рекомендовано кафедрой рекламы и связей с общественностью:

Протокол № 7 от «18» марта 2026 г.

Протокол № 7 от «11» марта 2026 г.

Председатель

М.Г. Синчурина

зав. кафедры

. Рабинович

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр.</i>
I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО	3
III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	3
4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов	4
4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	5
4.3 Содержание учебного материала	7
4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	7
4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов	9
4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	10
4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)	14
V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	14
а) основная литература	14
б) дополнительная литература	14
в) периодическая литература	15
г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы	15
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	15
6.1. Учебно-лабораторное оборудование	15
6.2. Программное обеспечение	17
6.3. Технические и электронные средства	17
VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	17
VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ	18
8.1. Оценочные средства текущего контроля	18
8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации	24

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цели:

— Формирование у студентов системных знаний, умений, навыков и компетенций в области технологии продаж товаров, продуктов, услуг, подготовка специалистов, владеющих системой знаний о продажах;

— Развить компетенции обучающегося в области методологии и организации управления продажами предприятия.

Задачи:

— ? изучение теоретических основ, современных концепций, моделей поведения потребителей;

— ? выработка у студентов представления об экономической стороне технологии системы маркетинга.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Технологии продаж» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений «Блок 1. Дисциплины (модули)».

Учебная дисциплина «Технологии продаж» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блок Б1.В.ДВ и направлена на формирование практических навыков продаж, управления поведением потребителей и работы с возражениями.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

— Основы теории коммуникации;

— Основы интегрированных коммуникаций.

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

— Управление репутацией.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО и ОП ВО по данному направлению подготовки:

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-1		Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-4		Способность применять основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, в том числе 8 часов на контроль.

Из них реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образо-

вательных технологий 46 часов самостоятельной работы.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и СРС, отведенного на них количества академических часов

п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися					
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Консультации			
<i>Введение в курс технологий продаж. Предмет изучения технологии продаж</i>			8	16	0	24		
1	Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды	3	2	4	0	6		
2	Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя	3	2	4	0	6		
3	Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт.	3	2	4	0	6		
4	"Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии	3	2	4	0	6		
<i>Управление продажами</i>			10	20	0	22		
5	Технология продаж Основные процессы и этапы	3	2	4	0	6		

6	Методы оценки эффективности продаж". KPI, лояльность потребителей	3	2	4	0	6	
7	Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL	3	2	4	0	6	
8	Информационные технологии" CRM технологии	3	2	4	0	4	
9	Обобщение по дисциплине	3	2	4	0	0	
Итого за 3 семестр			18	36	0	46	ЗаО (8)
Итого часов			18	36	0	46	

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- мест р	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оце- ночно е сред- ство	Учебно- методи- ческое обеспе- чение само- стоя- тельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выпол- нения	Зат- раты вре- мени , час. (из них с при- мене- нием ДОТ)		
3	Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды	Для овладения знаниями: конспектирование текста, составление схем и таблиц Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций	в течение освоения курса	6 (6)	Тест, КР	https://bki.forlabs.ru /
3	Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя	Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы, подготовка доклада	в течение освоения курса	6 (6)	Тест, Пз	https://bki.forlabs.ru /

3	Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт.	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: подготовка доклада, подготовка реферата</p> <p>Для формирования умений: решение задач</p>	в течение освоения курса	6 (6)	Тест, Д	https://bki.forlabs.ru /
3	"Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, ответы на контрольные вопросы, подготовка доклада</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p>	в течение освоения курса	6 (6)	Тест, Д	https://bki.forlabs.ru /
3	Технология продаж Основные процессы и этапы	<p>Для овладения знаниями: чтение учебной литературы, конспектирование текста</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: оформление отчетов</p> <p>Для формирования умений: решение задач</p>	в течение освоения курса	6 (6)	Тест, Д	https://bki.forlabs.ru /
3	Методы оценки эффективности продаж". KPI, лояльность потребителей	<p>Для овладения знаниями: чтение дополнительной литературы</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций, подготовка доклада</p> <p>Для формирования умений: решение задач</p>	в течение освоения курса	6 (6)	Тест, КР	https://bki.forlabs.ru /
3	Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL	<p>Для овладения знаниями: конспектирование текста</p> <p>Для закрепления и систематизации знаний: оформление отчетов, подготовка доклада</p> <p>Для формирования умений: подготовка проекта или творческой работы</p>	в течение освоения курса	6 (6)	Тест, Реф	https://bki.forlabs.ru /
3	Информационные технологии" CRM технологии	<p>Для формирования умений: решение задач, подготовка проекта или творческой работы</p>	в течение освоения курса	4 (4)	Тест, Реф	https://bki.forlabs.ru /
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				46		
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час)				46		

Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)	46		
--	-----------	--	--

4.3 Содержание учебного материала

Трудоемкость дисциплины (з.е.)	3
Наименование основных разделов (модулей)	Введение в курс технологий продаж. Предмет изучения технологии продаж Управление продажами
Формы текущего контроля	Тест, глоссарий по предмету, устный опрос, доклад/презентация, конспект лекций, контрольная работа, практическое задание, деловая игра, проект, реферат, решение задач
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	1	Сущность управления продажами. Система продаж в условиях рыночной среды. Технология продаж. Основные процессы и этапы	4 (0)	Тест, Гл, УО, Д, КЛ	ПК-1, ПК-4
2	2	Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя. Организации продаж. Приемы продаж	4 (0)	Тест, Д, КР, КЛ, Деловая игра	ПК-1, ПК-4

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
3	3	Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт.. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия. Среда, в которой реализуются продажи.. Основные функции процесса управления продажами	4 (0)	Тест, Пз, Д, Реф	ПК-1, ПК-4
4	4	Основные конкурентные стратегии. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса. Выбор стратегии выстраивания продаж. Методы планирования продаж	4 (0)	Тест, РЗ, Пз, Деловая игра, КЛ	ПК-1, ПК-4
5	5	Технология продаж Основные процессы и этапы. Этапы и процессы продаж. Техники и технологии продаж. Установление контактов с поставщиками и клиентами	4 (0)	Тест, Д, Пз, Реф, Проект	ПК-1, ПК-4

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость, час. (из них электронные часы)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
6	6	Методы оценки эффективности продаж". КРІ, лояльность потребителей. Методы оценки эффективности продаж. Оценка эффективности программы лояльности: ключевые метрики и инструменты	4 (0)	Тест, Д, Реф, Пз, УО	ПК-1, ПК-4
7	7	Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL. Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL. Опросы по методу SERVQUAL	4 (0)	Тест, УО, КЛ, Пз	ПК-1, ПК-4
8	8	Информационные технологии" CRM технологии	4 (0)	Тест, Д	ПК-1
9	9	Обобщение по дисциплине. Обобщение по теме	4 (0)	Тест, УО, Реф	ПК-1, ПК-4

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение самостоятельной работы студентов

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды	Технология продаж. Основные процессы и этапы	ПК-1, ПК-4	ПК-1 ПК-4
2	Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя	Рыночная среда и управление продажами.	ПК-1, ПК-4	ПК-1 ПК-4

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
3	Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт.	Основные техники и технологии продаж.	ПК-1, ПК-4	ПК-1 ПК-4
4	"Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии	Основные конкурентные стратегии	ПК-1, ПК-4	ПК-1 ПК-4
5	Технология продаж Основные процессы и этапы	Технология продаж Основные процессы и этапы	ПК-1, ПК-4	ПК-1 ПК-4
6	Методы оценки эффективности продаж". КРІ, лояльность потребителей	Методы оценки эффективности продаж". КРІ, лояльность потребителей	ПК-1, ПК-4	ПК-1 ПК-4
7	Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL	Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL	ПК-1	ПК-1
8	Информационные технологии" CRM технологии	Информационные технологии" CRM технологии	ПК-1	ПК-1

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов всех форм и видов обучения является одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования. Согласно требованиям нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов. Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ. Самостоятельная работа в рамках образовательного процесса в вузе решает следующие задачи:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время аудиторных и внеаудиторных занятий, превращение их в стереотипы умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам учебного плана;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью;
- развитие ориентации и установки на качественное освоение образовательной

программы;

- развитие навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной теоретической, практической и учебно-исследовательской деятельности.

Подготовка к лекции. Качество освоения содержания конкретной дисциплины прямо зависит от того, насколько студент сам, без внешнего принуждения формирует у себя установку на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине. Время на подготовку студентов к двухчасовой лекции по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к практическому занятию. Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы. Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии. Подготовка к практическому занятию нередко требует подбора материала, данных и специальных источников, с которыми предстоит учебная работа. Студенты должны дома подготовить к занятию 3–4 примера формулировки темы исследования, представленного в монографиях, научных статьях, отчетах. Затем они самостоятельно осуществляют поиск соответствующих источников, определяют актуальность конкретного исследования процессов и явлений, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются. В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте. Время на подготовку к практическому занятию по нормативам составляет не менее 0,2 часа.

Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: — изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий. Время на подготовку к контрольной работе по нормативам составляет 2 часа.

Подготовка к экзамену. Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, особенно если он дифференцированный. Но объем учебного материала, который нужно восстановить в памяти к экзамену, вновь осмыслить и понять, значительно больше, поэтому требуется больше времени и умственных усилий. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах

эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Время на подготовку к экзамену по нормативам составляет 36 часов для бакалавров.

Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Составление глоссария Цель самостоятельной работы: повысить уровень информационный культуры; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса. Глоссарий — словарь специализированных терминов и их определений. Статья глоссария — определение термина. Содержание задания: сбор и систематизация понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам. Выполнение задания: 1) внимательно прочесть работу; 2) определить наиболее часто встречающиеся термины; 3) составить список терминов, объединенных общей тематикой; 4) расположить термины в алфавитном порядке; 5) составить статьи глоссария: — дать точную формулировку термина в именительном падеже; — объемно раскрыть смысл данного термина. Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Разработка проекта (индивидуального, группового) Цель самостоятельной работы: развитие способности прогнозировать, проектировать, моделировать. Проект — «ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией». Выполнение задания: 1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта); 2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий); 3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования). Предполагаемые результаты самостоятельной работы: готовность студентов использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач; готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач; — способность прогнозировать, проектировать, моделировать.

Информационный поиск Цель самостоятельной работы: развитие способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска. Информационный поиск — поиск неструктурированной документальной информации. Список современных задач информационного поиска: решение вопросов моделирования; классификация документов; фильтрация, классификация документов; проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов; извлечение информации (аннотирование и реферирование документов); выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах. Содержание задания по видам поиска: поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий); поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть

или может содержаться нужная информация; — поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.). Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;
- 2) выбор типа и источников данных;
- 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
- 4) отбор наиболее полезной информации;
- 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
- 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
- 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
- 8) творческая интерпретация полученных результатов.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.

Разработка мультимедийной презентации Цели самостоятельной работы (варианты): — освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала; — обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций. Мультимедийная презентация — представление содержания учебного материала, учебной задачи с использованием мультимедийных технологий.

Выполнение задания:

1. Этап проектирования: — определение целей использования презентации; — сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.); — формирование структуры и логики подачи материала; — создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования: — выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера; — определение дизайна слайдов; — наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией; — включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости); — установка режима показа слайдов (титольный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы: — повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство; — способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; — способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; —

способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях; — готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

В ФБГОУ ВО «ИГУ» организация самостоятельной работы студентов регламентируется Положением о самостоятельной работе студентов, принятым Ученым советом ИГУ 22 июня 2012 г.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

По данной дисциплине выполнение курсовых проектов (работ) не предусматривается.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

а) основная литература

1. Душкина, Майя Рашидовна. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге [Электронный ресурс] : Учебник для вузов / М. Р. Душкина. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2021. - 462 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-12811-6 : 1179.00 р.

2. Организация и технология продаж [Текст] : учеб. пособие / Тихоокеанский гос. экономич. ун-т ; сост.: О. Ю. Виничук, Л. К. Куприянова. - Владивосток : Изд-во ТГЭУ, 2011. - 114 с. ; 20 см. - Библиогр.: с. 97-98. - ISBN 978-5-93362-602-2 : 70.00 р.

3. Щепина, Светлана Владиславовна. Основы коммерческой деятельности [Электронный ресурс] : учеб. пособие / С. В. Щепина ; Иркутский гос. ун-т, Науч. б-ка. - ЭВК. - Иркутск : ИГУ, 2010. - Режим доступа: ЭЧЗ "Библиотех". - Неогранич. доступ. - 50.00 р.

4. Маркер, Анна Викторовна. Мотивация потребительского поведения [Текст] : учеб.-метод. пособие / А. В. Маркер ; рец.: Н. И. Чернецкая, Г. С. Кoryтова ; Иркут. гос. ун-т, Фак. психолог. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2016. - 191 с. ; 20 см. - ISBN 978-5-9624-1401-0 : 298.00 р., 298.00 р.

5. Балакина, Юлия Юрьевна. Человек и его потребности (Сервисология) [Текст] : учеб. пособие / Ю. Ю. Балакина. - Ростов н/Д : Феникс, 2010. - 285 с. ; 21 см. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 280-282. - ISBN 978-5-222-17468-5 : 163.87 р., 163.87 р.

6. Волчук, Сергей Алексеевич. Продажи для бизнеса: верные решения / С. А. Волчук. - СПб. : Речь, 2010. - 155 с. : ил. ; 21 см. - (Бизнес- технологии : XXI век). - ISBN 978-5-9268-0845-9 : 137.50 р.

7. Кондрашов, Виктор Михайлович. Менеджмент продаж [Текст] : учеб. пособие / В. М. Кондрашов. - М. : Вузовский учебник, 2012. - 278 с. : табл. ; 22 см. - (Вузовский учебник). - Библиогр.: с. 272-274. - ISBN 978-5-9558-0047-9 : 169.00 р.

8. Ефимова, Светлана Александровна. Продажи VIP-клиентам, или Технология работы с корпоративными клиентами [Текст] : научное издание / С. А. Ефимова, А. П. Плотников. - М. : Дашков и К' ; Саратов : БизнесВолга, 2011. - 255 с. ; 21 см. - (Стратегия успешного бизнеса). - Библиогр.: с. 254-255. - ISBN 978-5-394-01187-0 : 231.20 р.

б) дополнительная литература

1. Виноградова, Татьяна Владимировна. Технологии продаж турпродукта [Текст] : учебник для вузов, обуч. по напр. "Туризм" / Т. В. Виноградова. - М. : Академия, 2012. - 237 с. ; 21 см. - (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат). - Библиогр.: с. 234-235. -

ISBN 978-5-7695-8742-9 : 536.00 р.

2. Дашков, Леонид Павлович. Коммерция и технология торговли [Текст] : учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К', 2012. - 690 с. : ил. ; 21 см. - ISBN 978-5-394-01129-0 : 420.10 р.

в) периодическая литература

Нет.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Нет.

В соответствии с п. 4.3.4. ФГОС ВО, обучающимся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченный доступ (удаленный доступ) к электронно-библиотечным системам:

— Открытая электронная база ресурсов и исследований «Университетская информационная система РОССИЯ» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru> бессрочный

— Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» [Электронный ресурс] : сайт. – Режим доступа: <http://нэб.рф>. бессрочный

— Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» [Электронный ресурс] : сайт. - Контракт № 148 от 23.12.2020 г. Акт от 24.12.2020 г. Срок действия по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>

— ЭБС «Издательство Лань». Контракт № 04-Е-0346 от 12.11.2021 г. № 976 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <https://www.e.lanbook.com>

— ЭБС ЭЧЗ «Библиотех». Государственный контракт № 019 от 22.02.2011 г. ООО «Библиотех». Лицензионное соглашение к Государственному контракту № 019 от 22.02.2011. Срок действия: бессрочный. – Режим доступа: <https://isu.bibliotech.ru/>

— ЭБС «Рукопт» ЦКБ «Бибком». № 04-Е-0343 от 12.11.2021 г. Акт № бК-5195 от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022г. – Режим доступа: <http://rucont.ru>

— ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru» ООО «Айбукс». Контракт № 04-Е-0344 от 12.11.2021 г.; Акт от 14.11.2021 г. Срок действия по 13.11.2022 г. – Режим доступа: <http://ibooks.ru>

— Электронно-библиотечная система «ЭБС Юрайт». ООО «Электронное издательство Юрайт». Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021г. Контракт № 04-Е-0258 от 20.09.2021 г. Срок действия по 17.10. 2022 г. – Режим доступа: <https://urait.ru>

— УБД ИВИС. Контракт № 04-Е-0347 от 12.11.2021 г. Акт от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 г. – Режим доступа: <http://dlib.eastview.com>

— Электронная библиотека ИД Гребенников. Контракт № 04-Е-0348 от 12.11.2021г.; Акт № 348 от 15.11.2021 г. Срок действия с 01.01.2022 по 31.12.2022 – Режим доступа: <http://grebennikon.ru>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
---	---	--

<p>Специальные помещения: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля, промежуточной аттестации.</p>	<p>Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории:</p> <p>Ноутбук(AserAspirev3-5516 (AMDA10-4600M 2300 МГц)) (1 штука) с неограниченным доступом к сети Интернет; Проектор Vivitek, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1, колонки, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины «Архитектурный подход к развитию предприятий и информационных систем».</p> <p>Учебная лаборатория: компьютеры для проведения практических работ (Системный блок AMDAthlon-64 X3 445 3100 МГц), Монитор LG F1742S (2 штуки), Монитор ViewSonic VA703b(24 штуки) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации; проектор Sony XGA VPLSX535, экран ScreenVtdiaEcot- 3200*200MW 1:1</p>	<p>OC Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014</p> <p>Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcadmsStdnt w/Faculty (15000 лицензий)</p> <p>Kaspersky Endpoint Security длябизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177</p> <p>BusinessStudio Лицензия № 7464 (бессрочно)</p>
--	---	---

Специальные помещения: компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), организации самостоятельной работы, в том числе, научно-исследовательской	Аудитория оборудована специализированной учебной мебелью, техническими средствами обучения: компьютеры (системный блок AMD Athlon 64 X2 DualCore 3600+ 1900 МГц (15 штук), Монитор LGFlatron L1742SE (14 штук), Монитор ViewSonic VG720) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.	ОС Windows: DreamSpark Premium, Договор № 03-016-14 от 30.10.2014 Microsoft Office: 0365ProPiusOpenStudents ShrdSvr ALNG subs VL NL I MthAcddsStdnt w/Faculty (15000 лицензий) Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- стандартный Russian Edition. 15002499 Node 1 year Educational License № 1B08-170221-054045-730-177
--	---	--

6.2. Программное обеспечение

№	Наименование Программног о продукта	Кол-во	Обоснование для пользования ПО	Дата выдачи лицензии	Срок действия права пользования
1	Числовой процессор MS Excel (2016, MS 365)	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя	Условия правообладателя

6.3. Технические и электронные средства

Методической системой преподавания предусмотрено использование технических и электронных средств обучения и контроля знаний студентов: мультимедийные презентации, фрагменты фильмов.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При реализации программы данной дисциплины используются различные образовательные технологии, в том числе электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Проблемное обучение	Создание в учебной деятельности проблемных ситуаций и организация активной самостоятельной деятельности учащихся по их разрешению, в результате чего происходит творческое овладение знаниями, умениями, навыками, развиваются мыслительные способности
---------------------	---

Разноуровневое обучение	У преподавателя появляется возможность помогать слабому, уделять внимание сильному, реализуется желание сильных учащихся быстрее и глубже продвигаться в образовании. Сильные учащиеся утверждают в своих способностях, слабые получают возможность испытывать учебный успех, повышается уровень мотивации ученья.
Проектные методы обучения	Работа по данной методике дает возможность развивать индивидуальные творческие способности учащихся, более осознанно подходить к профессиональному и социальному самоопределению
Исследовательские методы в обучении	Дает возможность учащимся самостоятельно пополнять свои знания, глубоко вникать в изучаемую проблему и предполагать пути ее решения, что важно при формировании мировоззрения. Это важно для определения индивидуальной траектории развития каждого обучающегося
Лекционно-семинарскозачетная система	Данная система дает возможность сконцентрировать материал в блоки и преподносить его как единое целое, а контроль проводить по предварительной подготовке обучающихся
Информационно-коммуникационные технологии	Изменение и неограниченное обогащение содержания образования, использование интегрированных курсов, доступ в ИНТЕРНЕТ.

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

№	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов (из них электронные часы)
1	Введение в курс технологий продаж. Предмет изучения технологии продаж			
2				
3				
4				
5				
6				

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8.1. Оценочные средства текущего контроля

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Тест	<p>Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды. Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя. Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт.. "Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии. Технология продаж Основные процессы и этапы. Методы оценки эффективности продаж". KPI, лояльность потребителей. Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL. Информационные технологии" CRM технологии. Обобщение по дисциплине.</p>	ПК-1, ПК-4
2	Глоссарий по предмету	<p>Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды.</p>	ПК-1, ПК-4
3	Устный опрос	<p>Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды. Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя. Методы оценки эффективности продаж". KPI, лояльность потребителей. Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL. Обобщение по дисциплине.</p>	ПК-1, ПК-4

4	Доклад/презентация	<p>Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды. Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя. Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт.. "Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии. Технология продаж Основные процессы и этапы. Методы оценки эффективности продаж". KPI, лояльность потребителей. Информационные технологии" CRM технологии.</p>	ПК-1, ПК-4
5	Конспект лекций	<p>Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды. Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя. "Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии. Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL.</p>	ПК-1, ПК-4
6	Контрольная работа	<p>Сущность управления продажами" Система продаж в условиях рыночной среды. Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя. "Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии. Методы оценки эффективности продаж". KPI, лояльность потребителей.</p>	ПК-1, ПК-4

7	Практическое задание	<p>Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя.</p> <p>Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации.</p> <p>Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт..</p> <p>"Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии.</p> <p>Технология продаж Основные процессы и этапы.</p> <p>Методы оценки эффективности продаж".</p> <p>KPI, лояльность потребителей.</p> <p>Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL.</p>	ПК-1, ПК-4
8	Деловая игра	<p>Анализ микро, макро и внутренней среды компании" Модель анализа Портера, метод бенчмаркетинга, метод интегрального показателя.</p> <p>"Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии.</p>	ПК-1, ПК-4
9	Проект	<p>Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации.</p> <p>Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт..</p> <p>Технология продаж Основные процессы и этапы.</p> <p>Информационные технологии" CRM технологии.</p>	ПК-1, ПК-4

10	Реферат	Продажи как структурированный процесс. Особенности технологии продаж в сфере услуг. Исследования: сбор полноценной информации. Определение и выбор целевых сегментов рынка. Продвижение, продажи и сбыт.. Технология продаж Основные процессы и этапы. Методы оценки эффективности продаж". KPI, лояльность потребителей. Анализ удовлетворенности потребителей" Модель SERVQUAL. Информационные технологии" CRM технологии. Обобщение по дисциплине.	ПК-1, ПК-4
11	Решение задач	"Стратегии продаж" Основные конкурентные стратегии.	ПК-1, ПК-4

Примеры оценочных средств для текущего контроля

Демонстрационный вариант теста

1. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

В каких функциях раскрывается сущность продаж:

- a. планирование и организация продаж
- b. мотивация и контроль продаж
- c. формирование клиентской базы

2. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

Управление продажами предполагает:

- a. активизацию конфликтов.
- b. контроль достижения целей;
- c. определение целей;

3. Задание открытой формы. Введите ответ.

Продажа — это процесс ... потенциальных покупателей приобрести товар или услугу.

4. Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.

К типичным ошибкам неудачных продаж относят ситуации, когда продавец:

- a. не знает качественных характеристик товара;
- b. прерывает покупателя на полуслове;
- c. начинает спорить с покупателем;
- d. продавец внимательно слушает покупателя.

5. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Подготовка к презентации товара предполагает ответ на вопросы:

- a. как уйти от сложившейся ситуации;
- b. какие приемы убеждения подходят данному клиенту?
- c. какие использовать приемы убеждения клиента;

6. *Задание с множественным выбором. Выберите 3 правильных ответа.*

В цикл продаж товарной продукции входят этапы:

- a. планирования продажи;
- b. определения видов продукции для продажи;
- c. завершения продажи.

7. *Задание открытой формы. Введите ответ.*

KPI (Key Performance Indicator) — это измеримый показатель эффективности достижения определенных целей или результатов. Для наглядности приведём виды KPI, широко используемых в управлении бизнес-процессами Подробнее: <https://www.comindware.ru/blog/how-to-implement-kpi/>

8. *Задание с множественным выбором. Выберите 2 правильных ответа.*

Система KPI подразумевает интеграцию глобальных целей компании и личных целей конкретных сотрудников. Её внедрение помогает достичь нескольких целей:

- a. Увеличить мотивацию сотрудников и рост основных показателей работы предприятия. Подробнее:
- b. Сводится к контролю и учёту показателей работы каждого сотрудника, отдельных команд и компании в целом,
- c. Выстроить чёткую систему ближних и дальних целей компании, чтобы последовательно их достигать. Подробнее:

9. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Идея модели Портера состоит в том, что на рентабельность бизнеса влияет сразу несколько сил. Что лишнее

- a. Товары-заменители (субституты).
- b. Давление действующих конкурентов (внутренняя конкуренция).
- c. Внутренняя конкуренция
- d. Давление поставщиков.
- e. Угроза появления новых конкурентов.
- f. Давление покупателей.

10. *Задание открытой формы. Введите ответ.*

Модель SERVQUAL (Service Quality) - это для оценки качества услуг, основанный на анализе разрыва между ожиданиями клиентов и их реальным восприятием полученного сервиса.

11. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

В классической версии модель SERVQUAL включает:

- a. уверенность (Assurance);
- b. осязаемость (Tangibles);
- c. надежность (Reliability);
- d. эмпатию (Empathy).
- e. определение целей и задач
- f. отзывчивость (Responsiveness);

12. *Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.*

Основные этапы продаж это:

a. Знакомство, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, заключение сделки

b. Знакомство, выявление потребностей, заключение сделки

c. Презентация, работа с возражениями, оформление сделки, аналитическая работа

13. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

При подготовке к продажам используется:

a. Холодный обзвон

b. Клиентская база данных

c. Все перечисленное

d. Ни одного из перечисленных

14. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Форма рыночных проявлений потребностей

a. Объем спроса

b. Объем предложения

c. Спрос

d. Реализованный спрос

15. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Базовая модель покуп.поведения основывается на

a. стимул-реакция

b. стимул-восприятие

c. реакция-стимул

16. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Самая высокая прибыль характерна для этой фазы жизненного цикла продукта:

a. рост

b. внедрение

c. зрелость

17. Задание с единственным выбором. Выберите один правильный ответ.

Элементом процесса продажи является...

a. все ответы верны

b. Точка продажи

c. Условия продажи

d. Продукт

8.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету с оценкой:

1. . Влияние деловой среды на уровни продаж: матрица неопределенности.

2. Роль PEST-анализа в повышении эффективности изучения деловой среды компании.

3. . Роль SWOT-анализа в повышении эффективности изучения деловой среды компании.

4. Роль методов интегрального показателя и многоугольника конкурентоспособности в повышении эффективности изучения деловой среды компании.

5. Актуальность метода бенчмаркетинга в анализе ключевых тенденций деловой среды.
6. Базовые стратегии продаж.
7. Бизнес - модели и их роль в реализации стратегии продаж.
8. Виды и методы расчета рыночных показателей: доля рынка, прибыль, рентабельность продаж, ROMI, коэффициент удержания покупателей, коэффициент обновления, коэффициент потери.
9. Теоретические основы управления продажами.
10. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж
11. Дать характеристику 5 моделям анализа Портера
12. Технология «воронка продаж» оцифровывание бизнеса.
13. Стандарты по продажам: требования и содержание.
14. Бизнес - модели и их роль в реализации стратегии продаж
15. Дать характеристику основным процессам и этапам продаж
16. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов.
17. Назовите и дайте характеристику 5 измерениям модели SERVQUAL
18. раскройте сущность и значение информационные технологии" CRM технологии

Примеры заданий к зачету с оценкой:

1. Устный опрос. Продажи как структурированный процесс
 1. Особенности функционирования рынка.
 2. Современный рынок и перспективы его развития.
 3. Сегментация рынка.
 4. Выбор целевого рынка товаров/продуктов/услуг
2. Устный опрос. Техники и технологии продаж
 1. Подготовительный этап продаж.
 2. Правила управления контактом с клиентом.
 3. Технология управления контактом.
 4. Приемы воздействия на клиента.
 5. Исследование потребностей клиентов
3. Проект. Психологические аспекты продаж товаров и услуг
 1. Мотивации и их влияние на технологии продаж
 2. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж.
 3. Процесс принятия клиентом решения о покупке.
 4. Типы покупателей
4. Контрольная работа. Современные формы и методы продаж
 1. Правила продажи продукта потребителю.
 2. Каналы распределения продукта.
 3. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения.
 4. Электронная коммерция
5. Реферат. Технологии повышения лояльности потребителей

1. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя.
2. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента.
3. Работа с жалобами и претензиями.
6. Практическое задание. Методы оценки эффективности продаж
Формирование отчета о работе стекущей базой (пенетрации, индекс лояльности — NPS, ценности клиента LTV, показателя удержания покупателя—CRR, среднего дохода на покупателя —ARC)
7. Устный опрос. Разработка стратегии продаж
Выбор стратегии выстраивания продаж в зависимости от компании, продукта (товара или услуги), каналов сбыта, клиентов, ситуации на рынке. План продаж, как завершающий этап маркетингового плана. Виды планов. Элементы и методы планирования продаж. Технические психологические ошибки планирования. Составляющие плана продаж. Планирование действий. Планирование контактов. Рассмотрение примера формы для планирования продаж. Процесс продаж.
8. Проект. Информационные технологии в продажах
Разработка стратегии продаж
 1. Продажи и маркетинговое планирование
 2. Процесс планирования
 3. Разработка маркетинговых планов
 4. Место продаж в маркетинговом плане
 5. Оценка эффективности продаж.
9. Устный опрос. Обобщение по изученному материалу
 1. Критерии и методы определения эффективности продаж.
 2. Анализ рекламной и маркетинговой деятельности.
 3. Модели и методы оценки коммуникативной эффективности продаж.
 4. Анализ лояльности покупателей
 5. Конкурентный анализ и конкурентный профиль продукции. Прогнозирование объема продаж
 6. Составление бюджета сбыта и его оценка.
 7. Организационная структура отдела продаж. Ситуационные и управленческие факторы, влияющие на продажи
 8. Каналы продаж
 9. Промышленные/коммерческие продажи и продажи органам власти
 10. Продажи для перепродажи
 11. Услуги, связанные с продажами
 12. Выставки
 13. Правовые и этические аспекты продаж

Разработчики:



доцент кафедры рекламы
(занимаемая должность)

В.Н. Наконечных
(инициалы, фамилия)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учетом рекомендаций ПООП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
Протокол № 7 от «11» марта 2026 г.

зав. кафедры

В.Ю. Рабинович

Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.