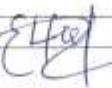


ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Управление продажами

Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Технологическое брокерство		
Специализация	Технологическое брокерство		
Уровень образования	высшее образование - магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	3		

Директор ШИП		А.А. Осадченко
Руководитель ООП		С.Н. Попова
Преподаватель		Е.И. Карякин

2020 г.

1. Роль дисциплины «Управление продажами» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Управление продажами	3	УК(У)-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК(У)-2. 32	Знать современные подходы к управлению проектами, процессов и функций управления инновационными проектами на разных стадиях жизненного цикла
				УК(У)-2. У2	Уметь применять теоретические знания, связанные с организацией управления проектами, в том числе в условиях риска и неопределенности
				УК(У)-2.В2	Владеет навыками оперативного управления реализацией проекта на всех стадиях его жизненного цикла
		ПК(У)-1	Способность выбрать (разработать) технологию осуществления (коммерциализации) результатов научного исследования (разработки)	ПК(У)-1.31	Знает основные технологии осуществления и коммерциализации инновационного продукта
				ПК(У)-1.У1	Уметь разработать технологию осуществления и коммерциализации разработок
				ПК(У)-1.В1	Владеет навыками выбора технологии коммерциализации инновационного продукта
		ДПК(У)-2	Разрабатывать программы трансфера и коммерциализации инновационных разработок	ДПК(У)-2.33	Знать подходы к продвижению нового продукта инструменты трансфера технологий
				ДПК(У)-2.У3	Уметь разрабатывать план продвижения нового продукта

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			
РД 1	Способность руководить инновационными проектами, разрабатывать и реализовывать стратегию развития, способность разрабатывать план и программу продвижения инновационного продукта	УК(У)-2. ПК(У)-1.	Раздел 1. Маркетинг в экономической системе	Защита отчета работ по индивидуальным проектам
РД 2	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, выбирать соответствующие методы решения, и разрабатывать программу исследования, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития	УК-2. ПК(У)-1. ДПК(У)-2.	Раздел 2. Координация и реализация маркетинговых решений	Защита отчета работ по индивидуальным проектам
РД 3	Способность проводить аудит и анализ проектов и бизнес-процессов. Оценивать эффективность инвестиций, выполнять	ДПК(У)-2.	Раздел 3. Организация систем сбыта и управление	Защита отчета работ по индивидуальным проектам

	маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта на мировом рынке	ПК(У)-1.	маркетинговыми коммуникациями	
--	--	----------	-------------------------------	--

3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка - максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

% выполнения задания	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90% ÷ 100%	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий экзамена

% выполнения заданий экзамена	Экзамен, балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90% ÷ 100%	18 ÷ 20	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	14 ÷ 17	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	11 ÷ 13	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	0 ÷ 10	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Защита проекта	Тематика проектов: организация системы сбыта и маркетинговых коммуникаций в компании X. Вопросы к защите: 1. Анализ рынка: емкость и потенциал, динамика, сезонность, доля рынка, эластичность спроса, привлекательность. 2. Выбор технологий коммерциализации инновационного продукта. 3. Подходы к продвижению инновационного продукта на рынке. 4. Рекламная компания.

5. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
1.	Посещение занятий (П)	Посещение занятий (лекций, практик) оценивается в 1 балл. Общее число баллов, которое может получить студент (за исключением контрольных мероприятий) – 16 баллов.
2.	Активное участие в дискуссиях на занятиях (АУ)	Участие в обсуждении темы на занятиях оценивается в 2 балла. Общее число баллов, которое может получить студент – 32 балла.
3.	Проектная работа (ПР)	Проектная работа проводится за весь семестр. 30 баллов — своевременная сдача промежуточных этапов отчета. 10 баллов за первый этап ПР. 10 баллов за второй этап ПР. 10 баллов за третий этап ПР.
4.	Зачет (З)	Зачет сводится к защите проекта. Максимальная оценка за защиту — 22 балла. Защита происходит устно, публично, с презентацией результатов этапа. Критерии оценивания: <ul style="list-style-type: none"> • 6 баллов Работа выполнена в полном объеме • 6 баллов Работа выполнена корректно с рыночной точки зрения • 5 баллов Работа оформлена в виде презентации • 5 баллов Работа доложена участниками рабочей группы Суммарно за защиту проектной работы каждый член рабочей группы получает 0-52 баллов.

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
2020/2021 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина <i>«Управление продажами»</i>	Лекции	-	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов		по направлению 27.04.05 Инноватика	Практ. занятия	32
«Хорошо»	B	80 – 89 баллов	Лаб. занятия		-	час.
	C	70 – 79 баллов	Всего ауд. работа		32	час.
«Удовл.»	D	65 – 69 баллов	СРС		76	час.
	E	55 – 64 баллов	ИТОГО		108	час.
Зачтено	P	55 - 100 баллов			3	зе.
Неудовлетворительно / незачтено	F	0 - 54 баллов				

Результаты обучения по дисциплине :

РД1	Способность руководить инновационными проектами, разрабатывать и реализовывать стратегию развития, способность разрабатывать план и программу продвижения инновационного продукта
РД2	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи, выбирать соответствующие методы решения, и разрабатывать программу исследования, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты, прогнозировать тенденции научно-технического развития
РД3	Способность проводить аудит и анализ проектов и бизнес-процессов. Оценивать эффективность инвестиций, выполнять маркетинговые исследования для продвижения производимого продукта на мировом рынке

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля - экзамен

Оценочные мероприятия	Кол-во	Баллы
Текущий контроль:		80
Промежуточная аттестация:		20
ИТОГО		100

Для дисциплин с формой контроля – зачет
(дифференцированный зачет)

Оценочные мероприятия	Кол-во	Баллы
Текущий контроль:		
П Посещение занятий	16	16
АУ Активное участие в дискуссиях на занятиях	2	32
ПР Проектная работа	10	30
З Зачет	22	22
ИТОГО		100

Электронный образовательный ресурс (при наличии):

Учебная деятельность / оценочные мероприятия	Кол-во	Баллы
ИТОГО		100

Дополнительные баллы

Учебная деятельность / оценочные мероприятия	Кол-во	Баллы
ИТОГО		15

Цели	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	31.08	РД1	Практическое занятие 1. Изменение потребительского поведения	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Работа над проектом в командах		5	ПР	1	ОСН 1	ЭР 1	
2	07.09	РД1	Практическое занятие 2. Методы и инструментарий организации маркетинговых коммуникаций и продаж	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Работа над проектом в командах		5	ПР	1	ОСН 1	ЭР 1	
3	14.09	РД1	Практическое занятие 3. Понятие дистрибуции. Определение систем дистрибуции и их трансформация	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Работа над проектом в командах		5	ПР	1	ОСН 1	ЭР 1	
4	21.09	РД1	Практическое занятие 4. Персональные продажи. Сложные продажи	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Работа над проектом в командах		5	ПР	1	ОСН 1	ЭР 1	
5	28.09	РД2	Практическое занятие 5. Теория 4Р и 4С, позиционирование	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Работа над проектом в командах		5	ПР	1	ОСН 1	ЭР 1	
6	05.10	РД2	Практическое занятие 6. Понятия сегментирования и нишинга	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Работа над проектом в командах		5	ПР	1	ОСН 1	ЭР 1	
7	12.10	РД2	Практическое занятие 7. УТП и точки продаж	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Работа над проектом в командах		5	ПР	1	ОСН 1	ЭР 1	
8	19.10	РД2	Практическое занятие 8. Модели стратегических решений. Базовые стратегии достижения коммерческих целей	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента: Работа над проектом в командах		5	ПР	1	ОСН 1	ЭР 1	
9	26.10	РД1, РД2	Конференц-неделя 1							
			Проектная работа: предоставление промежуточных результатов			ПР	8			
Всего по контрольной точке (аттестации) 1				16	40		40			
10	02.11	РД3	Практическое занятие 9. Активизация продаж. Модели развития компаний (Л. Грейнера, М.Г. Миллера)	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							

			Работа над проектом в командах		1	ПР	1	ОСН 2	ЭР 2	
11	09.11	РД3	Практическое занятие 10. Особенности розничных торговых точек	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Работа над проектом в командах		5	ПР	3	ОСН 2	ЭР 2	
12	16.11	РД3	Практическое занятие 11. Дистанционные и прямые продажи	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Работа над проектом в командах		5	ПР	3	ОСН 2	ЭР 2	
13	23.11	РД3	Практическое занятие 12. Мерчендайзинг торговой точки и марки. Продвижение торговых точек	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Работа над проектом в командах		5	ПР	3	ОСН 2	ЭР 2	
14	30.11	РД1, РД2, РД3	Практическое занятие 13. Элементы трейд-маркетинга	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Работа над проектом в командах		5	ПР	3	ОСН 2	ЭР 2	
15	07.12	РД1, РД2, РД3	Практическое занятие 14. Стратегии продаж pull и push	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Работа над проектом в командах		5	ПР	3	ОСН 2	ЭР 2	
16	14.12	РД1, РД2, РД3	Практическое занятие 15. Условия сотрудничества с торговыми сетями	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Работа над проектом в командах		5	ПР	3	ОСН 2	ЭР 2	
17	21.12	РД1, РД2, РД3	Практическое занятие 16. Управление ассортиментом и категорийный менеджмент	2		П, АУ	3			
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Работа над проектом в командах		5	ПР	3	ОСН 2	ЭР 2	
18	28.12	РД1, РД2, РД3	Конференц-неделя 2							
			Защита проектной работы, зачет			ПР, 3	14			
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	16	36		60			
			Экзамен (при наличии)				0 /20			
			Общий объем работы по дисциплине	32	76		100			

Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)	№ (код)	Название электронного ресурса (ЭР)	Адрес ресурса
ОСН 1	Голова, Анна Георгиевна. Управление продажами : учеб. / А. Г. Голова. — Москва: Дашков и К, 2017. — 280 с. — Библиогр.: с. 276-277. — ISBN 978-5-394- 01975-3. Схема доступа: https://e.lanbook.com/book/93527	ЭР 1	Маркетинг: журнал. — Москва: Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2003-. — Издается с 1991 г.. — ISSN 0869-3722.	https://elibrary.ru/title_about.asp?id=8818
ОСН 2	Голова, А. Г. Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. — Москва : Дашков и К, 2017. — 280 с. — ISBN 978-5-394-01975-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система.	ЭР 2	Маркетинг в России и за рубежом: научно-практический журнал. — Москва: Финпресс, 1999-. —	http://www.mavriz.ru/about/

	— URL: https://e.lanbook.com/book/93527 . — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93527/#1		Издается с 1997 г. – 6 номеров в год.. – ISSN 1028-5849	
№ (код)	Дополнительная учебная литература (ДОП)	№ (код)	Видеоресурсы (ВР)	Адрес ресурса
ДОП 1	Портных, В. В. Стратегия бизнеса : учебное пособие / В. В. Портных. — Москва: Дашков и К, 2017. — 276 с. — ISBN 978-5-394-01961-6. — Текст : электронный // Лань : электронно- библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/93410 (дата обращения: 10.05.2020). — Режим доступа: https://e.lanbook.com/reader/book/93410/#1	ВР 1		
ДОП 2	Меликян, О. М.. Поведение потребителей [Электронный ресурс] / Меликян О. М.. – 4-е, изд.. – Москва: Дашков и К, 2016. – 280 с.. – Книга из коллекции Дашков и К - Экономика и менеджмент.. – ISBN 978- 5-394-01043-9. Схема доступа: https://e.lanbook.com/book/93311	ВР 2		