

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**  
**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**  
**ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Управление продажами промышленной продукции»**

**1. Перечень оценочных средств для компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины**

<b>Код контролируемой компетенции</b>	<b>Способ оценивания</b>	<b>Оценочное средство</b>
ПК-6: Способен анализировать рынок и выстраивать эффективные каналы сбыта промышленной продукции	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

**2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания**

Оцениваемые компетенции представлены в разделе «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций» рабочей программы дисциплины «Управление продажами промышленной продукции».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Управление продажами промышленной продукции» используется 100-балльная шкала.

<b>Критерий</b>	<b>Оценка по 100-балльной шкале</b>	<b>Оценка по традиционной шкале</b>
Студент освоил изучаемый материал, выполняет задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций, может допускать отдельные ошибки.	25-100	<i>Зачтено</i>
Студент не освоил основное содержание изученного материала, задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно.	0-24	<i>Не зачтено</i>

**3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня достижения компетенций в соответствии с индикаторами**

**1.Задания на выявления способности разрабатывать сбытовую политику предприятия**

<b>Компетенция</b>	<b>Индикатор достижения компетенции</b>
ПК-6 Способен анализировать рынок и выстраивать эффективные каналы сбыта промышленной продукции	ПК-6.2 Разрабатывает товарную, ценовую и сбытовую политику предприятия

1. Содержание понятия "управление продажами". Сравнительная характеристика понятий "продажи" и "сбыт", необходимые для разработки сбытовой политики предприятия (ПК-6.2)
2. Основные элементы управленческой деятельности в менеджменте продаж, необходимые для разработки сбытовой политики предприятия (ПК-6.2)
3. Действия регулярного менеджмента в управления продажами, необходимые для разработки сбытовой политики предприятия (ПК-6.2)
4. Современная система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM, CRM-система), необходимые для разработки сбытовой политики предприятия (ПК-6.2)
5. Цели, задачи и назначение сбыта, как инструмента управления продажами производственных предприятий, необходимые для разработки сбытовой политики предприятия (ПК-6.2)
6. Сбытовые каналы, необходимые для разработки сбытовой политики предприятия (ПК-6.2): принципы классификации, виды, уровни, участники.
7. Коммерческое посредничество: типы посредников, специфика их деятельности, целесообразность использования посредников в каналах распределения как теоретическая основа для разработки сбытовой политики предприятия (ПК-6.2)

**4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.**