

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
д.юр.н., доц. Фойгель Е.И.



29.05.2026г.

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.27. Организация и технология продаж

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль): Маркетинг, продажи и логистика
Квалификация выпускника: бакалавр
Форма обучения: очная

Курс	3
Семестр	31
Лекции (час)	28
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	28
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	88
Курсовая работа (час)	
Всего часов	144
Зачет (семестр)	
Экзамен (семестр)	31

Иркутск 2026

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 38.03.06
Торговое дело.

Автор О.А. Суранова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры
менеджмента, маркетинга и логистики

1. Цели изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины состоит в формировании у студентов системных знаний и практических умений в области проектирования, управления и оптимизации процессов продаж в современных рыночных условиях. Цель достигается через освоение методологии построения эффективных систем продаж, современных технологий взаимодействия с клиентом и инструментов data-driven управления для достижения ключевых бизнес-показателей.

Задачи дисциплины:

1. Изучить эволюцию и современные модели организации продаж (традиционные, гибридные, партнерские).
2. Освоить принципы планирования, контроля и анализа коммерческой деятельности на основе системы KPI.
3. Сформировать понимание роли цифровых технологий (CRM, онлайн-каналы, аналитика) в трансформации продаж.
4. Развить навык проектирования структуры отдела продаж под конкретные бизнес-задачи и продукты.
5. Научиться применять коммуникативные техники (активное слушание, сторителлинг) и методики работы с возражениями в разных каналах.
6. Сформировать умение анализировать данные воронки продаж, проводить A/B-тесты и использовать результаты для оптимизации процессов.
7. Отработать алгоритмы управления длинными циклами сделок в B2B-секторе и стратегии удержания клиентов.
8. Выработать способность диагностировать проблемы в процессе продаж и принимать обоснованные корректирующие решения.
9. Научиться оценивать экономическую эффективность различных моделей сбыта и программ лояльности.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-4	Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	З. Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У. Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н. Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ):
Обязательная часть.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	28
Практические (сем, лаб.) занятия	28
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	88
Всего часов	144

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Введение в организацию продаж	31	2	2	6		Кейс 1
2	Структура отдела продаж: традиционные модели	31	2	2	6		
3	Альтернативные модели организации продаж	31	2	2	6		Деловая игра 1
4	Планирование продаж и ключевые показатели	31	2	2	6		Практикум 1. Ролевая игра
5	Управление продажами: контроль и анализ	31	2	2	6		Тест по темам 1-5 (организация продаж)
6	Эмпатия и коммуникация в продажах	31	2	2	6		Задание 1
7	Работа с возражениями и конфликтными ситуациями	31	2	2	6		Кейс 2
8	Системы управления взаимоотношениями с клиентами	31	2	2	6		Практикум 2
9	Цифровые технологии в продажах	31	2	2	6		Творческое задание
10	Стимулирование	31	2	2	6		Кейс 3

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семе- стр	Лек- ции	Семинар Лаборат. Практич.	Само- стоят. раб.	В интера- ктивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
	продаж: программы лояльности						
11	Методы увеличения средней стоимости покупки	31	2	2	6		
12	Послепродажное обслуживание и работа с удержанием клиентов	31	2	2	6		Задание 2. Тест по темам 6-10 (технология продаж)
13	Анализ и оптимизация процесса продаж	31	2	2	8		Практикум 3. Проектное задание
14	Продажи в корпоративном секторе	31	2	2	8		Деловая игра 2
	ИТОГО		28	28	88		

5.2. Лекционные занятия, их содержание

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Введение в организацию продаж	Роль продаж в современной экономике. Эволюция моделей сбыта. Гибридные форматы: сочетание прямых продаж, цифровых каналов и самообслуживания.
10	Стимулирование продаж: программы лояльности	Классические и геймифицированные программы удержания. Реферальные механики. Системы накопления баллов и уровней. Оценка эффективности.
11	Методы увеличения средней стоимости покупки	Перекрестные продажи. Продажи с повышением. Динамическое ценообразование. Формирование пакетных предложений.
12	Послепродажное обслуживание и работа с удержанием клиентов	Проактивное сопровождение после сделки. Показатели удовлетворенности. Профилактика оттока. Автоматические триггеры для возврата клиентов.
13	Анализ и оптимизация процесса продаж	Использование данных CRM и внешних источников. Когортный анализ воронки. Многоканальная атрибуция. Применение статистических методов для улучшения конверсии.
14	Продажи в корпоративном секторе	Длинные циклы сделок. Работа с лицами, принимающими решения. Тендерные процедуры. Персонализация предложений для ключевых клиентов. Электронные торговые площадки.
2	Структура отдела продаж: традиционные модели	Функциональное разделение труда в сбыте. Роли: поиск клиентов, ведение сделок, сопровождение. Иерархические и матричные структуры.
3	Альтернативные модели организации продаж	Модели, ориентированные на продукт. Самообслуживание и автоматизированные каналы продаж. Партнерские сети. Условия отказа от выделенного отдела продаж.
4	Планирование продаж и ключевые	Методы прогнозирования продаж. Система целей и показателей: объем продаж, стоимость привлечения клиента,

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
	показатели	пожизненная ценность клиента, удержание.
5	Управление продажами: контроль и анализ	Оперативное и стратегическое управление продажами. Методы контроля: план-факт анализ, воронка продаж. Циклы планирования: недельные, месячные, квартальные.
6	Эмпатия и коммуникация в продажах	Психология взаимодействия с покупателем. Техники активного слушания. Сторителлинг. Невербальная коммуникация в очных и дистанционных каналах.
7	Работа с возражениями и конфликтными ситуациями	Типология возражений. Техники деэскалации. Алгоритмы обработки недовольства. Особенности работы с возражениями в цифровой среде (социальные сети, мессенджеры).
8	Системы управления взаимоотношениями с клиентами	Функциональность и архитектура CRM. Прогнозирование поведения клиента на основе данных. Автоматизация рутинных операций. Рекомендательные сервисы.
9	Цифровые технологии в продажах	Онлайн-каналы продаж. Продажи через социальные платформы. Чат-боты и голосовые ассистенты. Создание посадочных страниц и А/В-тестирование.

5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Гибридные модели продаж: выбор между прямыми продажами и самообслуживанием. Определение оптимального сочетания каналов для продукта.
12	Предотвращение оттока клиентов после первой покупки. Построение системы взаимодействия с новым клиентом для повышения LTV.
13	Применение экспериментальных методов для повышения конверсии. Знакомство с методологией А/В-тестирования в продажах.
14	Подготовка предложений для корпоративных клиентов. Подготовка комплексного, клиентоцентричного КП.
2	Сравнение моделей организации продаж: продукт-ориентированная и сбыт-ориентированная. Рассмотрение разницы подходов и сферы их применения.
4	Построение системы показателей и визуализация данных. Построение системы KPI и дашбордов для продаж
4	Гибкое планирование в продажах: недельные оперативки и скользящие прогнозы. Освоение инструментов оперативного и тактического планирования.
6	Эмпатия в цифровых каналах: сценарии для автоматических систем и живых менеджеров. Проектирование клиентоориентированной коммуникации
7	Обработка возражений, связанных с автоматизацией. Работа с сопротивлением клиентов цифровизации.
8	Эволюция CRM: от учета контактов к прогнозированию сделок. Превращение CRM из архива в инструмент прогнозирования.
9	Продвижение через социальные платформы: формирование образа продавца-эксперта. Формирование стратегии личного бренда продавца в соцсетях
13	Программы лояльности: от баллов к игровым техникам. Освоение современных техник удержания клиентов.

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п))	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Введение в организацию продаж	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Кейс 1	Полностью правильно выполненное задание (5)
2	3. Альтернативные модели организации продаж	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования	Деловая игра 1	Полностью правильно выполненное задание (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)		
3	4. Планирование продаж и ключевые показатели	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Практикум 1	Полностью правильно выполненное задание (5)
4		ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих	Ролевая игра	Полностью правильно выполненное задание (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (3.1...3.n, У.1...У.n, Н.1...Н.n)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			решений в процессе продажи товаров (услуг)		
5	5. Управление продажами: контроль и анализ	ОПК-4	3.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Тест по темам 1-5 (организация продаж)	Полностью правильно выполненные задания теста (5)
6	6. Эмпатия и коммуникация в продажах	ОПК-4	3.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров	Задание 1	Полностью правильно выполненное задание (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			(услуг)		
7	7. Работа с возражениями и конфликтными ситуациями	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Кейс 2	Полностью правильно выполненное задание (5)
8	8. Системы управления взаимоотношени ями с клиентами	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Практикум 2	Полностью правильно выполненное задание (5)
9	9. Цифровые	ОПК-4	З.Знать методы	Творческое задание	Полностью

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
	технологии в продажах		обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)		правильно выполненное задание (5)
10	10. Стимулирование продаж: программы лояльности	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Кейс 3	Полностью правильно выполненное задание (5)
11	12. Послепродажное обслуживание и	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно-	Задание 2	Полностью правильно выполненное

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
	работа с удержанием клиентов		управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)		задание (5)
12		ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У.Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н.Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Тест по темам 6-10 (технология продаж)	Полностью правильно выполненные тестовые задания (5)
13	13. Анализ и оптимизация процесса продаж	ОПК-4	З.Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе	Практикум 3	Полностью правильно выполненное задание (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			продажи товаров (услуг) У. Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н. Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)		
14		ОПК-4	З. Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг) У. Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н. Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Проектное задание	Полностью правильно выполненное проектное задание (30)
15	14. Продажи в корпоративном секторе	ОПК-4	З. Знать методы обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)	Деловая игра 2	Полностью правильно выполненное задание (5)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100- балльной шкале)
			У. Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно- управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг) Н. Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно- управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)		
				Итого	100

6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

Рабочим учебным планом предусмотрен Экзамен в семестре 31.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (40 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Каждый правильный ответ в тесте по 2 балла..

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Знание: Знать методы обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)

1. В CRM-системе настроен триггер: если клиент не открывал письма более 30 дней, автоматически отправляется персональное предложение со скидкой 15%. Какой тип функциональности CRM здесь реализован?

2. В CRM настроен прогноз оттока клиентов на основе модели машинного обучения, учитывающей частоту заказов, средний чек и количество обращений в поддержку. Модель присвоила клиенту высокий риск оттока, хотя в последний месяц он совершил две крупные покупки. Какое объяснение наиболее вероятно?

3. В гибридной модели продаж интернет-магазин и розничная точка используют единую базу товарных остатков, но цены в каналах различаются. Какая проблема управления сбытом возникает в первую очередь?

4. В компании используется недельный цикл планирования: каждый понедельник менеджеры составляют список действий на неделю, а в пятницу отчитываются. Какой из показателей является ключевым для оценки результативности именно недельного цикла?
5. В программе лояльности клиент получает 1 балл за каждые 100 рублей покупки, а также повышенный статус «Золото» после 10 покупок, дающий двойное накопление баллов. Какие механики здесь сочетаются?
6. В социальной сети клиент оставил публичный гневный комментарий с обвинением в некачественном обслуживании. Первое действие менеджера по работе с возражениями.
7. В сторителлинге для B2B-продаж менеджер рассказывает историю: «Наш клиент, завод из вашей отрасли, столкнулся с такой же проблемой простоев. Внедрение нашего решения позволило им сократить простои на 40%». Какой элемент сторителлинга здесь является ключевым для убеждения?
8. В технике активного слушания продавец использует прием «парафраз»: «Если я вас правильно понял, вам важно получить поставку до 15 числа, иначе срывается запуск вашего производства?». Какую функцию выполняет этот прием?
9. Для прогнозирования продаж используется метод, основанный на анализе исторических данных и выявлении трендов. Однако он не учитывает запланированные маркетинговые активности. Как называется этот метод?
10. Какая из перечисленных моделей сбыта исторически возникла позже остальных и стала возможна благодаря развитию цифровой инфраструктуры логистики и платежей?
11. Какое условие является критическим для принятия решения об отказе от собственного отдела продаж в пользу партнерской сети?
12. Какой из показателей точнее всего отражает эффективность работы отдела продаж в долгосрочной перспективе, а не просто объем выручки?
13. Какой метод контроля продаж позволяет выявить «узкое место» в процессе конверсии лида в сделку на ранних стадиях?
14. Клиент покупает смартфон за 60 000 рублей. Менеджер предлагает дополнительную защиту экрана за 3 000 рублей и беспроводные наушники за 8 000 рублей. Какой метод увеличения средней стоимости покупки используется?
15. Компания внедрила автоматические триггеры для возврата клиентов, не совершавших покупку 60, 90 и 180 дней. Анализ показал, что триггер на 60 дней имеет конверсию 12%, на 90 дней – 5%, на 180 дней – 2%. Какой вывод следует сделать?
16. Компания внедрила систему автоматического триггерного возврата клиентов, которые не совершали покупку более 90 дней. Через месяц после запуска показатель повторных продаж вырос на 15%. Однако общее число активных клиентов не изменилось. Какое объяснение наиболее вероятно?
17. Показатель NPS в компании составил +15. При этом доля «критиков» (оценки 0-6) составляет 35%. Какое управленческое решение является наиболее обоснованным?
18. При A/B-тестировании посадочной страницы вариант А показал конверсию 3,2% при 5000 посетителях, вариант Б – 3,8% при 5000 посетителях. Какой вывод будет статистически корректным без дополнительных расчетов?
19. При план-факт анализе продаж выявлено: план выполнен на 105%, но при этом рентабельность продаж снизилась на 8% по сравнению с плановой. Какая управленческая проблема наиболее вероятна?
20. Через 45 дней после сделки клиент получает автоматическое письмо с инструкцией по эксплуатации и предложением записаться на бесплатный обучающий вебинар. Какой этап работы с клиентом реализован?

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Полнота выполнения - 15 баллов, правильность выполнения - 15 баллов..

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Умение: Уметь принимать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в процессе продажи товаров (услуг)

Задача № 1. Умение выбрать и обосновать модель продаж

Задача № 2. Умение настроить CRM для решения конкретной бизнес-проблемы

Задача № 3. Умение применять техники коммуникации в конкретном канале

Задача № 4. Умение проводить A/B тест и интерпретировать результаты

Задача № 5. Умение проводить оперативный анализ и принимать корректирующие меры

Задача № 6. Умение проектировать гибридную систему продаж

Задача № 7. Умение разрабатывать алгоритм обработки возражений для цифровой среды

Задача № 8. Умение разработать стратегию продаж для сложной корпоративной сделки

Задача № 9. Умение строить прогноз и рассчитывать целевые показатели

Задача № 10. Умение формировать структуру отдела продаж под цели бизнеса

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Полнота выполнения - 15 баллов, правильность выполнения - 15 баллов..

Компетенция: ОПК-4 Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности

Навык: Владеть навыками экономического и финансового обоснования организационно-управленческих решений в процессе продажи товаров (услуг)

Задание № 1. A/B-тест посадочной страницы

Задание № 2. Анализ воронки продаж и план-факт

Задание № 3. Когортный анализ и многоканальная атрибуция

Задание № 4. Отказ от отдела продаж

Задание № 5. Прогноз продаж и расчет пожизненной ценности клиента

Задание № 6. Проектирование CRM-стратегии

Задание № 7. Проектирование гибридной модели продаж

Задание № 8. Работа с возражением в социальных сетях

Задание № 9. Разработка программы лояльности

Задание № 10. Расчет структуры отдела продаж

ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
**«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «БГУ»)**

Направление - 38.03.06 Торговое дело
Профиль - Маркетинг, продажи и
логистика
Кафедра менеджмента, маркетинга и
логистики
Дисциплина - Организация и технология
продаж

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Тест (40 баллов).
2. Умение строить прогноз и рассчитывать целевые показатели (30 баллов).
3. Отказ от отдела продаж (30 баллов).

Составитель _____ О.А. Суранова

Заведующий кафедрой _____

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Методы стимулирования продаж в торговле. учебник для вузов. рек. ФЭТТ РЭУ им. Г. В. Плеханова.- М.: ИНФРА-М, 2013.-303 с.
2. Креславский А. В. Организация прямых продаж. учеб. видеофильм. Электронный ресурс/ авт. сценария : Креславский А. В.- [СПб.]: Решение: учебное видео, 1999 - 2007.-1 электрон. опт. диск (CD-R)
3. Бакшт К. А. Константин Александрович Построение отдела продаж: с "нуля" до максимальных результатов. 3-е изд./ Константин Бакшт.- М.: ПИТЕР, 2011.-297 с.
4. Иванова С. Светлана, Герасимова Н. Наталья, Григошаренко О. Ольга Продажи на 100%. Эффективные техники продвижения товаров и услуг. аудиокнига МР3. Электронный ресурс/ Светлана Иванова.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.-1 электрон. опт. диск (CD-ROM)
5. Харский К. В. Профессиональные продажи: технология и практические советы/ К. В. Харский.- СПб.: Питер, 2004.-231 с.
6. Недошивина Н. И., Сухарева Е. П. Психология продаж. учеб. пособие для сред. проф. образования/ Н. И. Недошивина, Е. П. Сухарева.- Ростов н/Д: Феникс, 2008.-217 с.
7. Управление продажами: инструменты руководителя [Электронный ресурс]. электрон. кн.. Электрон. кн..- М., 2004.-1 электрон. опт. диск (CD-ROM)
8. Проблемы управления предприятиями инвестиционно-строительного комплекса [Электронный ресурс] : монография / А. В. Явкин, А. А. Ларкина, К. А. Вильковиская [и др.] ; под ред. А. В. Явкин, А. А. Ларкина. — Электрон. текстовые данные. — Самара : Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2012. — 86 с. — 978-5-9585-0479-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20501.html>

б) дополнительная литература:

1. Самсонова Е. В. Елена Владимировна Танец продавца, или Нестандартный учебник по системным продажам/ Елена Самсонова.- М.: ПИТЕР, 2012.-347 с.
2. Хаас Б. Бернхард, Трошке Б. Бетина фон, Мерцалова Г. Н. Управление жалобами: как с помощью претензий клиентов увеличить объем продаж. Beschwerde - management. Aus Beschwerden Verkaufserfolg machen/ Бернхард Хаас, Беттина фон Трошке.- М.: СмартБук, 2010.-173 с.
3. Бакшт К. А. Константин Александрович Усиление продаж/ Константин Бакшт.- М.: ПИТЕР, 2011.-295 с.
4. Мишова В.В. Мультимедийные технологии [Электронный ресурс] : практикум для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.06 «Библиотечно-информационная деятельность», профиль «Технология автоматизированных библиотечно-информационных систем», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / В.В. Мишова. — Электрон. текстовые данные. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2017. — 80 с. — 978-5-8154-0374-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66358.html>
5. Мунши, А. Ю. Организация и технология торговли : практикум / А. Ю. Мунши. — Москва : Российская таможенная академия, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-9590-1122-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105688.html>

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом», адрес доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/>. доступ неограниченный
- Идеи малого бизнеса, адрес доступа: <http://www.igz.ru/>. доступ неограниченный
- Российская Гильдия Управляющих и Девелоперов, адрес доступа: <http://www.gud-estate.ru/>. доступ неограниченный
- Электронный журнал "Регион: экономика и социология", адрес доступа: <http://www.recis.ru/>. доступ неограниченный

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области экономики предприятия.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита проектного задания (во время проведения занятий).

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- подготовка к семинарам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- КонсультантПлюс: Версия Проф - информационная справочная система,
- Контур Экстерн,,

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения