МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



Сбытовая политика компании

рабочая программа дисциплины (модуля)

Разработано **Международная бизнес-школа**

Учебный план b380302_26_1 мен_УМ.plx
Направление 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент
Программа «Управление маркетингом»

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 48
самостоятельная работа 59,9

Виды контроля в семестрах:
зачеты с оценкой 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	**8 (4.2)**		Итого	
Недель	10			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период теоретического обучения	0,1	0,1	0,1	0,1
В том числе инт.	18	18	18	18
В том числе в форме практ.подготовки	4	4	4	4
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	48,1	48,1	48,1	48,1
Сам. работа	59,9	59,9	59,9	59,9
Итого	108	108	108	108

Программу составили:

к.э.н., доцент, Островская Е.С;к.э.н., доцент Хасанова Л.В.



Согласовано РОП:
доцент, к.э.н., РОП «Управление маркетингом», Островская Елена Сергеевна

Рабочая программа дисциплины
Сбытовая политика компании



разработана в соответствии с ФГОС 3++:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:

Направление 38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент
Профиль "Управление маркетингом"

утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2026 протокол № 11.

Рабочая программа одобрена на заседании Международной бизнес-школы

Социо-гуманитарного института Кыргызско-Российского славянского университета имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

Протокол от 03.09.2026 г. № 1
Срок действия программы: от 2026-2030 уч.г.
Руководитель подразделения: Кочербаева Айнура Анатольевна



ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

к рабочей программе дисциплины

Сбытовая политика компании

№ п/п	Основание внесения изменения	Раздел/ пункт	Содержание изменения
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Целью освоения дисциплины «Сбытовая политика компании» является обеспечение наибольшего объема продаж путем планирования, организации, мотивации и контроля торговых представителей.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Международный маркетинг
2.1.2	Управление брендом
2.1.3	Диджитал-маркетинг
2.1.4	Маркетинговые коммуникации
2.1.5	Исследования и анализ в маркетинге
2.1.6	Анализ данных
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
2.2.2	Преддипломная практика 1
2.2.3	Преддипломная практика 2
2.2.4	Продакт-менеджмент и ценообразование

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-2: Способен разрабатывать мероприятия по эффективному использованию и совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках	
Знать:	
Уровень 1	особенности ведения маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках, основные инструменты комплекса маркетинга, основные показатели эффективности маркетинговой деятельности
Уметь:	
Уровень 1	- эффективно разрабатывать и применять инструменты комплекса маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках, -анализировать, оценивать эффективность и оптимизировать маркетинговую деятельность организации на локальных, международных и цифровых рынках.
Владеть:	
Уровень 1	-навыками формирования предложений по совершенствованию товарной политики и управления брендами организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию ценовой политики организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию продаж и дистрибуции организации на локальных, международных и цифровых рынках, -навыками формирования предложений по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций организации на локальных, международных и цифровых рынках.

ПК-6: Способен формировать и анализировать базы данных маркетинговой деятельности организации на локальных и международных рынках	
Знать:	
Уровень 1	- основные показатели конъюнктуры локальных и международных рынков, -специализированные программы обработки информации о рынке.
Уметь:	
Уровень 1	-систематизировать и обобщать большие объемы информации о рынке, -работать со специализированными программами для сбора и обработки информации о рынках, -осуществлять сбор, хранение, обработку, анализировать и интерпретировать маркетинговую информацию и использовать полученные сведения для принятия маркетинговых решений.
Владеть:	
Уровень 1	-навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации с целью создания и обновления базы данных организации по требуемым показателям, -навыками анализа, оценки и прогнозирования рыночной конъюнктуры.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	основные инструменты комплекса маркетинга и показатели эффективности маркетинговой деятельности, показатели конъюнктуры локальных и международных рынков, а также особенности ведения маркетинга на локальных, международных и цифровых рынках на основе применения специализированных программ обработки информации о рынке.
3.2	**Уметь:**
3.2.1	систематизировать и обобщать большие объемы информации о рынке, а также осуществлять ее сбор, хранение и обработку, работая со специализированными программами, анализировать и интерпретировать маркетинговую информацию и использовать полученные сведения для принятия маркетинговых решений; эффективно разрабатывать и применять инструменты комплекса маркетинга, анализировать, оценивать эффективность и оптимизировать маркетинговую деятельность организации на локальных, международных и цифровых рынках.
3.3	**Владеть:**
3.3.1	навыками сбора, обработки и анализа маркетинговой информации, оценки и прогнозирования рыночной конъюнктуры с целью создания и обновления базы данных организации по требуемым показателям; навыками формирования предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики, системы маркетинговых коммуникаций, политики управления брендами, системы продаж и дистрибуции организации на локальных, международных и цифровых рынках.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Пр. подг.	Примечание
	Раздел 1. Управление отделом продаж на предприятии							
1.1	Формирование каналов распределения. Понятие дистрибуции. /Лек/	8	2	ПК-1 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Э1 Э2			
1.2	Определение систем дистрибуции. Построение канала сбыта. /Пр/	8	4	ПК-1 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.2 Л2.1Л3.1 Э2	2		Деловая игра
1.3	Аналитическая работа 1. Организация сбыта и товародвижения /Ср/	8	6	ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1Л3.1 Э1			
1.4	Контроль и оценка эффективности каналов распределения. /Лек/	8	2	ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1Л3.1 Э2			
1.5	Анализ товародвижения. /Пр/	8	2	ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2			
1.6	Аналитическая работа 1. Составить таблицу оценки эффективности каналов распределения /Ср/	8	6	ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1Л3.1 Э1			
	Раздел 2. Оценка эффективности продаж и мероприятий CRM							
2.1	Планирование и проектирование отдела продаж. /Лек/	8	2	ПК-3	Л1.1Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1 Э2	2		Лекция-дискуссия
2.2	Проектирование ОСУ отдела продаж на предприятии. /Пр/	8	4	ПК-3	Л1.1Л2.3 Л2.2Л3.1 Э2	2		Аудиторная работа
2.3	Оценка преимуществ и недостатков структуры управления отделом продаж /Ср/	8	4	ПК-1 ПК-3	Л1.1Л2.3 Л2.2			

2.4	Мотивация и контроль деятельности отдела продаж. /Лек/	8	2	ПК-3	Л1.1Л2.3Л3.1 Э1 Э2			
2.5	Анализ и прогнозирование отдела продаж /Пр/	8	4	ПК-3	Л1.1Л2.3 Л2.2Л3.1 Э2	2		Устный опрос
2.6	Анализ результативности торговых представителей /Ср/	8	5,8	ПК-3	Л1.1Л2.3 Л2.2Л3.1 Э1			
	Раздел 3. Модели дистрибуции							
3.1	Организация прямых продаж /Лек/	8	2	ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1Л3.1 Э2			
3.2	/Пр/ Методы анализа и прогнозирования продаж	8	4	ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3 Л2.1Л3.1 Э1	2		Дискуссия
3.3	Аналитическая работа 2 /Ср/	8	8	ПК-3	Л1.1Л2.3 Л2.1Л3.1 Э2			
3.4	CRM: Управление отношениями с клиентами. /Лек/	8	2	ПК-1 ПК-3	Л1.2 Л1.1Л2.3Л3.1 Э2	2		Лекция-беседа
3.5	Оценка эффективности мероприятий CRM /Пр/	8	4	ПК-3	Л1.1Л2.3Л3.1 Э1		2	Аналитическая работа "Стратегии продаж «My. kapsula»
3.6	Оценка результативности торговых сотрудников/Ср/	8	8	ПК-3	Л1.1Л2.3Л3.1 Э2			
3.7	Анализ и прогнозирование продаж /Лек/	8	2	ПК-1 ПК-3	Л1.1Л2.3Л3.1 Э1	2		Лекция-дискуссия
3.8	Методы анализа и прогнозирования продаж /Пр/	8	2	ПК-3	Л1.1Л2.3Л3.1 Э1	2		Дискуссия
3.9	Аналитическая работа 3 /Ср/	8	8	ПК-3	Л1.1Л2.3Л3.1 Э1			
4.7	/КрЭк/	8	0,1	ПК-1 ПК-3				
4.8	/ЗачётСОц/	8						

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ

1. Цели и задачи управления продажами.
2. Система продаж: что это такое, зачем она нужна и как ее построить.
3. Сущность процесса планирования оптовых и розничных продаж.
4. Место продаж в маркетинговом плане.
5. Влияние маркетингового плана на виды деятельности, связанные
6. с продажами.
7. Разница между маркетинговыми стратегиями и стратегиями
8. продаж.
9. Виды распределения продаж: проталкивание и протягивание.
10. Критерии выбора и оценка возможностей фирмы-посредника.
11. Критерии выбора и оценка возможностей фирмы-поставщика.
12. Понятие дистрибуции и каналов товародвижения.
13. Определение систем дистрибуции.
14. Алгоритм построения канала сбыта.
15. Характеристика сложных продаж.
16. Опишите издержки сбыта по структуре П.С. Завьялова.
17. Какие функции выполняет отдел сбыта?
18. Виды организационных структур управления продажами на предприятии
19. Персональные продажи и типизация продаж.
20. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM).
21. Показатели эффективности системы взаимоотношений с клиентами.
22. Навыки и качества менеджера по продажам.
23. В какой последовательности осуществляется планирование работы отдела продаж.
24. Организация прямых продаж.
25. Система материального стимулирования менеджеров по продажам.

Вопросы для проверки уровня обученности УМЕТЬ

1. Составить план продаж магазина елочных игрушек.
2. Дайте краткий обзор способов, при помощи которых вы как менеджер по продажам сможете внести свой вклад в процесс планирования маркетинга в отечественной компании.
3. Постройте стратегию продаж компании ОсОО «Кондитерский Дом «Куликовский».
4. Постройте динамику продаж отечественной компании с указанием точки роста и спада продаж в компании.
5. Выявлять факторы ценообразования в маркетинге на локальном и международных рынках.
6. Сформируйте каналы дистрибуции 1-го уровня на примере компании.
7. Составить карту позиционирования товара.
8. Разработать и оценить эффективность товарной стратегии на зарубежном рынке.

Задания на проверку уровня обученности ВЛАДЕТЬ

1. В прошлом году розничный товарооборот (ТО) составил 53079 тыс.сом, в отчетном – 59087 тыс.сом, а покупательные фонды населения (ПФ) – 61176 тыс.сом в прошлом году, 66995 тыс.сом в отчетном году. Рассчитайте охват покупательных фондов населения розничным оборотом и темп роста товарооборота?

2. Производитель продает свою продукцию через оптовика. Но производитель считает, что дешевле пустить весь товар в розницу и это будет возможно с помощью торгового представителя. При этом принимается, что постоянные затраты на представителя составляют за год 100 000 сомов + 2% с оборота. Маржа оптовика составляет 10% с оборота. При каком обороте выгоднее будет работать с представителем, чем привлекать оптовика?

3. Сколько контактов может быть установлено на рынке из 17 производителей и 265 потребителей без посредников и с посредниками? Покажите решение.

4. В прошлом году розничный товарооборот (ТО) составил 53079 тыс.сом, в отчетном – 59087 тыс.сом. Средний индекс продажных цен на продукцию составил 1,073. Как изменился объем фактического товарооборота?

5.2. Темы курсовых работ (проектов)

Учебным планом по данной дисциплине выполнение курсовых работ (проектов) не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств

1. Шкала оценивания заданий текущего, рубежного и промежуточного контроля в ПРИЛОЖЕНИИ 1.
2. Технологическая карта в ПРИЛОЖЕНИИ 2.

5.4. Перечень видов оценочных средств

1) Контрольная работа.
2) Аналитические работы.
3) Билеты (промежуточный контроль).

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Иванова С.	Не продают? Будут! Всё об управлении отделом продаж.	Москва: Альпина Паблишер, 2024.
Л1.2	Сорокина Т.	Система дистрибуции: инструменты создания конкурентного преимущества.	Москва: Альпина Паблишер, 2024.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Старикова М.С.	Маркетинговые методы и модели для стратегических и операционных решений: практикум. Учебное пособие.	Белгородский государственный технологический университет
Л2.2	Соколова Н.Г.	Основы маркетинга: практикум.	Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2024.

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Дрёмова Ю. Г.	Управление продажами: практические ситуации для анализа: учебное пособие для студентов направления подготовки 38.04.02. «Менеджмент».	Москва: Научный консультант, 2024.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Управление маркетинговыми коммуникациями [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие (для студентов III курса факультета международного бизнеса, обучающихся по направлениям подготовки «Менеджмент», профили «Маркетинг», «Международный менеджмент», «Реклама и связи с общественностью»).	http://www.iprbookshop.ru/59666.html
Э2	Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг».	http://www.iprbookshop.ru/71036.html

6.3. Перечень информационных и образовательных технологий

6.3.1 Компетентностно-ориентированные образовательные технологии

6.3.1.1	Традиционные образовательные технологии – лекции, семинары, ориентированные прежде всего на сообщение знаний и способов действий, передаваемых студентам в готовом виде и предназначенных для воспроизводящего усвоения и разбора конкретного материала.
6.3.1.2	Инновационные образовательные технологии – занятия в интерактивной форме, которые формируют системное мышления и способность генерировать идеи при решении различных творческих задач. К формам интерактивных лекций, применяемых в рамках дисциплины, относятся: лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с разбором конкретных ситуаций.
6.3.1.3	Семинары в интерактивной форме: деловые игры, синквейн, работа в малых группах.

6.3.1.4	Информационные образовательные технологии – самостоятельное использование студентом компьютерной техники и интернет-ресурсов для выполнения практических заданий и самостоятельной работы.
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и программного обеспечения	
6.3.2.1	Национальный статистический комитет КР. http://www.stat.kg/
6.3.2.2	Электронно-библиотечная система. http://www.iprbookshop.ru/
6.3.2.3	Электронно-библиотечная система. http://www.znanium.com
6.3.2.4	Образовательные ресурсы интернета-менеджмент. http://www.alleng.ru/edu/manag3.htm
6.3.2.5	Административно-управленческий портал (менеджмент). http://www.aup.ru/management/

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Требуемое материально-техническое обеспечение включает в себя:
7.2	– лекционная аудитория на 20 посадочных мест (корпус 11 аудитория 107);
7.3	– аудитория для проведения практических и семинарских занятий (корпус 11 аудитория 107);
7.4	– компьютерный класс (с подключением к Интернет-сети) для индивидуальной самостоятельной работы студентов, подготовки домашних заданий, презентаций, письменных работ (корпус 11 аудитория 111, 110, 212);
7.5	– комплекс мультимедийного оборудования (компьютер, проектор и экран) для проведения лекций и презентаций;
7.6	– интерактивная доска;
7.7	– компьютерные технологии, электронная почта.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Шкала оценивания заданий текущего, рубежного и промежуточного контроля в ПРИЛОЖЕНИИ 1.

Чтобы повысить заинтересованность и восприимчивость аудитории в презентуемом материале, предлагается выполнить следующие рекомендации.
Контрольная работа выполняется в форме доклада и презентации. В контрольной работе необходимо наиболее полно раскрыть вопросы управления сбытовой политикой предприятия (наименование тем студент получает во время занятий). Аналитические работы являются средством проверки умений применять полученные знания по оценке управления сбытовой политикой предприятия. Аналитическая работа выполняется в форме заданий и их решений. Вариант выбирается во время практических занятий. Объем работы не должен превышать 1-2 страницы. Работа может быть набрана как на компьютере, так и составлена вручную, кроме титульного листа. На титульном листе указывается наименование университета, кафедры, учебной дисциплины, вариант, а также курс, группа, фамилия, имя, отчество студента и научного руководителя, дата подготовки. Шрифт написания– TNR 14, межстрочный интервал 1,5. Все страницы работы нумеруются по порядку с титульного листа (на нем цифра 1 не ставится) в правом нижнем поле каждой страницы. Оценка за аналитическую работу – 10 баллов.
Методические рекомендации по решению кейсов «Разноуровневые задачи и задания». Кейсы являются средством проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения практических ситуаций.

Самостоятельная работа студентов и технология выполнения заданий на практических занятиях основывается на учебно-методическом пособии, разработанном коллективом кафедры «Методы организации самостоятельной работы студентов». Авторы: Хасанова Л.В., Беликова Н.В., Рахманалиева А.А, Романович О.Г., Сулеева Д.А. и др. Бишкек: КРСУ, 2014. (см. на сайте кафедры менеджмента http://management.krsu.edu.kg).

Технологическая карта дисциплины в ПРИЛОЖЕНИИ 2.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Шкалы оценивания по дисциплине «Сбытовая политика компании»

- ***Оценочные средства текущего и рубежного контроля***

1. Устный опрос на практических (семинарских) занятиях по отдельным темам

Критерий	Вес критерия [1]	Минимальный ответ - 0-59%	Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %	Законченный полный ответ - 70-84 %	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %	Отметка (в %)
Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.	2	Неполные ответы. Отсутствие знаний по изучаемой предметной области.	Обоснованный ответ на примерах собственных наблюдений.	Общее представление о понятиях изучаемой темы.	Точное формулирование ответа по заданному вопросу предметной области.	
Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.	1	Отсутствие в полной мере терминологии предметной области	Недосточное использование терминологии в содержании ответа	Применение терминологии в неполной мере	Четко сформулированный ответ с качественно подобранным набором терминов	
Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.	1	Понимание не в достаточной мере сущности явлений и процессов. Необоснованные краткие выводы	Раскрытие сущности явлений на основе суждений и обоснованных выводах	Умение объяснить сущность явлений на основе собственных выводов.	Проявление навыков понимания и умения логичности происходящих явлений, исходя из правильно аргументированных выводах	
Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.	1	Отсутствие навыков выражать свое мнение и в полной мере отвечать на поставленные вопросы	Умение раскрыть ответ без применения логики и последовательности выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме	Владение не в полной мере монологической речью в логически изложенных и обоснованных ответах на поставленные вопросы	Четкое владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме	
Итоговая оценка (в %)						

[1] По 100-балльной шкале

2. Экспресс-опросы перед началом (или в конце) каждой лекции

Критерий	**Оценка в баллах[2]**
минимальный ответ: путает термины и их определения. Общее представление о понятиях изучаемой темы.	0,5
Изложенный частично раскрытый ответ: Недосточное использование терминологии в содержании ответа	1,0
законченный полный ответ: содержание вопроса раскрыто, не все определения точно сформулированы	1,5
образцовый, примерный, достойный подражания ответ: глубокое понимание темы. четко сформулированные ответы. знание терминологии	2.0

3. Контрольная работа

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Отметка (в %)**
Содержание реферата	3,5	несоответствие содержания реферата выбранной теме (поставленному вопросу)	содержание реферата не раскрывает в полном объеме поставленную тему, отсутствует аргументированность в изложении. неполное или неточное определение понятий	в содержание реферата соответствует выбранной теме, но раскрытие темы остается не обоснованным	содержание реферата полностью соответствует выбранной теме; тема раскрыта исчерпывающе полно, профессионально, грамотно. Достаточная аргументированность содержания реферата	
защита на занятии	1,5	демонстрирует полное непонимание проблемы и язык работы можно оценить, как «примитивный»	демонстрирует не полное понимание проблемы и язык работы в целом не соответствует уровню своего курса	демонстрирует понимание проблемы и для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком.	демонстрирует полное понимание проблемы и для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком	
соответствие форматным требованиям оформления и грамотное изложение текста	1,5	Во введении тезис отсутствует или не соответствует теме реферата, Отсутствует деление текста на введение, основную часть и заключение, В основной части нет логичного последовательного раскрытия темы, Выводы не вытекают из основной части. Наличие орфографических ошибок	Во введении тезис сформулирован не четко, и не вполне соответствует теме реферата, В основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно, Заключенные выводы не полностью соответ-	Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме реферата, в известной мере выполнена заинтересовать читателя, В основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис, Заключение содержит выводы,	Деление текста на введение, основную часть и заключение, Деление текста на введение, основную часть и заключение, Заключение содержит выводы, логично вытекающее из содержания основной части.	

[2] По 100-балльной шкале

			ствуют содержанию основной части. Наличие орфографических ошибок.	логично вытекающее из содержания основной части	Отсутствие орфографических ошибок	
качество handout (раздаточного материала)	1,5	отсутствие handout (раздаточного материала)	структура handout не раскрывает темы реферата	структура handout соответствует теме, но не раскрывает ее в полном объеме	структура handout выдержана в соответствии с темой реферата; использован творческий подход	
Итоговая оценка (в %)						

4. Доклад

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Отметка (в %)**
содержание доклада и раскрытие поставленной темы	2	Доклад не соответствует выбранной теме или проблематике. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Доклад не в полной мере соответствует выбранной теме или проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны или выводы не обоснованы	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике и содержит элементы анализа, сделанного лично студентом	
качество handout (раздаточного материала)	2	Handout отсутствует	Handout не раскрывает тему доклада. Представляемая информация не систематизирована и не последовательна.	В handout проблема раскрыта. Представляемая информация систематизирована и последовательна.	Проблема раскрыта полностью. Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Есть творческий подход к работе	
устная презентация доклада	0,5	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Не все выводы сделаны или обоснованы. Ответы на вопросы полные или частично полные.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Выводы сделаны. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	

новизна и оригинальность положений	0,5	Нет новизны и оригинальности	Только ответы на элементарные вопросы	Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы.	Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы.	
Итоговая оценка (в %)						

5. Презентация

Критерий	**Вес критерия**	**Минимальный ответ - 0-59%**	**Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %**	**Законченный полный ответ - 70-84 %**	**Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %**	**Отметка (в %)**
Соответствие видео выбранной теме или проблематике	6	Презентация не соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация не в полной мере соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике	Презентация соответствует выбранной теме или проблематике и содержит элементы анализа, сделанного лично студентом	
Полнота раскрытия темы при презентации нового продукта	3	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы сделаны.	
Структурированность видео и логичность	3	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2-х профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.	
Наглядность видеопрезентации	1,5	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более 2-х ошибок в представляемой информации	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представленной информации	
Выступления (защита втдео- презентации)	1,5	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные или частично полные.	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений	
Итоговая оценка (в %)						

6. Аналитическая работа

Критерий	Вес критерия	Минимальный ответ - 0-59%	Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 %	Законченный полный ответ - 70-84 %	Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 %	Отметка (в %)
достижение основной цели – нахождение оптимального обоснованного управленческого решения в заданной ситуации	3	Управленческое решение не найдено.	Слабое обоснование управленческого решения	Управленческое решение обосновывается, но не совсем убедительно	В заданной ситуации найдено оптимальное обоснованное управленческое решение	
уместное и уверенное оперирование профессиональными терминами, методиками, умениями и навыками	2	Профессиональные термины и методики не используются	Непоследовательное оперирование профессиональными терминами, методиками, умениями и навыками	Уместное и уверенное оперирование профессиональными терминами, методиками, умениями и навыками	Уверенное оперирование профессиональными терминами, методиками, умениями и навыками	
высокий уровень понимания содержания-задания, умение собрать недостающую информацию, сделать обобщения, теоретизировать	2	Нет понимания содержания деловой игры	Есть общее представление о содержании деловой игры, но нет способности обработать и систематизировать информацию	Представляемая информация достаточно систематизирована и последовательна. Хорошее понимание сути деловой игры	Последовательное и логичное представление хода игры. Свободное владение материалом.	
контекстное творчество и способность предложить нестандартные, нетипичные способы решения поставленной организационно-управленческой задачи	2	Способы решения поставленной организационно управленческой задачи игроками не определены	Слабое обоснование игроками решения поставленной организационноуправленческой задачи	Хороший уровень обоснованности предлагаемых игроками нестандартных, нетипичных способов решения поставленной организационно-управленческой задачи	Четкое творческое обоснование предлагаемых игроками нестандартных, нетипичных способов решения задач	
эффективное командное взаимодействие	1	Нет способности работать в команде	Владение минимальными навыками бесконфликтной и эффективной командной работы	Владение определенными навыками бесконфликтной и эффективной командной работы	Эффективное использование каналов распространения информации в команде	
Итоговая оценка (в %)						

- ***Промежуточная аттестация (зачет или экзамен)***

Уровень освоения компетенции	Вес, %	Баллы[3]
оценка уровня обученности «знать»	28	8
оценка уровня обученности «уметь»	36	11
оценка уровня обученности «владеть»	36	11
Итого	**100**	**30**

При оценке **устных ответов** на проверку уровня обученности **ЗНАТЬ** учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 % (6,8-8 баллов) оценивается ответ, который показывает прочные знания по основным тезисам вопроса, студент профессионально рассуждает о характере воздействия субъектов и объектов, методах и способах их регулирования; глубокие знания теоретических основ дисциплины.

Законченный полный ответ - 70-84 % (5,6-6,7 баллов) оценивается ответ, который показывает хорошие знания по основным тезисам вопроса, студент не очень хорошо разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; не очень глубокие знания теоретических основ дисциплины.

Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 % (4,8-5,5 баллов) оценивается ответ, который показывает недостаточно хорошие знания по основным тезисам вопроса, студент плохо разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; плохо знает теоретические основы дисциплины.

Минимальный ответ - 0-59% (0-4,7 баллов) оценивается ответ, который показывает очень слабые знания по основным тезисам вопроса, студент не разбирается в характере воздействия, методах и способах регулирования; не знает теоретических основ дисциплины.

Тест (оценка уровня обученности «знать»)

правильные ответы в тесте, %	оценка за тест	оценка в баллах
85 – 100	отлично	6,8 – 8
70– 84	хорошо	5,6 – 6,7
60 – 69	удовлетворительно	4,8 – 5,5
0 – 59	неудовлетвори-тельно	0 – 4,7

[3] количество баллов рассчитано по процентным уровням, принятым по балльно-рейтинговой шкале оценки знаний в КРСУ, при условии, что оценка за экзамен (зачет) в рейтинге по дисциплине равна 30 баллам

При оценке ответов на проверку уровня обученности **УМЕТЬ** и **ВЛАДЕТЬ** учитываются следующие критерии (ситуационные задачи и задания):

Образцовый, примерный, достойный подражания ответ - 85-100 % (9-11 баллов) оценивается ответ, при котором студент объясняет и аргументирует постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; оценивает альтернативные решения проблемы; профессионально идентифицирует основные факторы, процессы и этапы работ, оценивает риск их реализации; быстро принимает решения по целесообразным действиям в ситуации, распознает угрозы и возможности; умеет использовать различные методики и методы анализа и оценки.

Демонстрирует полное понимание проблемы. Все задачи и задания выполнены.

Законченный полный ответ - 70-84 % (5-9 баллов) оценивается ответ, при котором студент ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; но не приводит альтернативные решения проблемы; умеет идентифицировать основные факторы, процессы и этапы работ, но не оценивает риск их реализации; распознает угрозы и возможности; достаточно хорошо умеет использовать некоторые методики и методы анализа и оценки.

Демонстрирует значительное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых к заданию выполнены.

Изложенный частично раскрытый ответ - 60-69 % (1-4 балла) оценивается ответ, при котором студент не точно ставит постановку проблемы в ситуационном задании собственными словами; слабо идентифицирует основные факторы, процессы и этапы работ, и не оценивает риск их реализации; плохо распознает угрозы и возможности; не умеет использовать методики и методы анализа и оценки.

Демонстрирует совсем небольшое понимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

Минимальный ответ - 0-59% (0 баллов) оценивается ответ, при котором студент демонстрирует непонимание проблемы или нет ответа и даже не было попытки решить задачу.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Технологическая карта дисциплины (8 семестр)

Дисциплина:	Сбытовая политика компании
Направление/профиль:	38.03.02 - РФ, 580200 - КР Менеджмент /Управление маркетингом
Курс/семестр:	4/8
Количество кредитов (ЗЕ):	3
Отчетность:	Зачет с оценкой
Преподаватель:	Островская Елена Сергеевна

Название модулей дисциплины согласно РПД	Контроль	Форма контроля	зачетный минимум	зачетный максимум	график контроля
		Модуль 1			
Модуль 1. Управление отделом продаж на предприятии	Текущий контроль	Hand Work	3	5	5
	Рубежный контроль	Аналитическая работа 1	7	10	
		Модуль 2			
Модуль 2. Оценка эффективности продаж и мероприятий CRM	Текущий контроль	Контрольная работа	8	10	8
	Рубежный контроль	Аналитическая работа 2	5	5	
		Модуль 3			
Модуль 3. Модели дистрибуции	Текущий контроль	Кейсы. Скрипты.	9	15	15
	Рубежный контроль	Конспекты, практические задания, контроль посещаемости и активности студентов	10	25	
ВСЕГО за семестр			40	70	
Промежуточный контроль (зачет с оценкой)			20	30	
Семестровый рейтинг по дисциплине			60	100	