Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.11.2026 20:37:12
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e8[illegible]

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ, ЛИДЕРСТВА И МЕНЕДЖМЕНТА

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного института инновационной экономики, лидерства и менеджмента
_____ А. А. Панарин
«12» октября 2026г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Управление продажами

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело

(уровень бакалавриат)

Направленность/профиль:
«Управление торговой и логистической деятельностью»

Формы обучения: очная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Управление продажами». Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль): «Управление торговой и логистической деятельностью» / М.В. Арифуллин. – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: М.В. Арифуллин

Заведующий кафедрой: _____ / Т. В. Новикова

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Управление продажами» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «Управление продажами». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тестирование	Вид контроля, позволяющий оценить изученный теоретический материал.	Вопросы для проведения тестирования
2	Практические задания	Вид контроля, позволяющий оценить умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач	Задания к практическому занятию
3	Контрольная работа	Вид контроля, позволяющий определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций	Задания контрольной работы
4	Самостоятельная работа	Вид контроля, позволяющий оценить проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборку нормативного и иного материала и выполнение других заданий	Задания самостоятельной работы
5	Курсовая работа	Вид контроля, позволяющий выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом	Индивидуальные задания (темы) для курсовой работы
6	Зачет/Зачет с оценкой/Экзамен	Вид контроля, позволяющий выявить степень овладения знаниями, умениями и навыками, необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с оценкой/экзамену

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	М.В. Арифуллин
Кафедра	цифровой экономики и инновационной деятельности
Наименование дисциплины	Управление продажами
Факультет / институт	Международный институт инновационной экономики, лидерства и менеджмента
Направление подготовки / специальность	38.03.06 Торговое дело
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	От 10 до 20
Общее время тестирования (мин)	90
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	20
Размещенность на сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС – для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	Да

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций.

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции (для планирования результатов обучения по элементам образовательной программы и соответствующих оценочных средств)**
ПК-7	Способен осуществлять формирование и прогнозирование цен на товары, работы и услуги	ИПК-7.1. Знает методы ценообразования; ИПК-7.2. Умеет формировать и прогнозировать цены; ИПК-7.3. Владеет навыками ценообразования на товары, работы и услуги

4. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ
4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.
Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.
Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных.
Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных.
Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Тест по теме**
ПК-7	Способен осуществлять формирование и прогнозирование цен на товары, работы и услуги	Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия. **Задание 1.** Установите соответствие между методом ценообразования и его описанием. 1. Метод "издержки плюс". 2. Ценообразование на основе ценности для потребителя. 3. Конкурентное ценообразование. 4. Психологическое ценообразование. А. Установление цены 990 рублей вместо 1000 для создания иллюзии выгоды. Б. Установка цены на основе анализа цен прямых конкурентов на аналогичный товар. В. Калькуляция полной себестоимости единицы продукции с добавлением фиксированного процента прибыли. Г. Определение цены исходя из той экономической выгоды, которую клиент получит от использования товара. **Ключ:** 1 — В, 2 — Г, 3 — Б, 4 — А.

		Задание 2. Установите соответствие между типом скидки и целью ее применения в управлении продажами. 1. Скидка за объем (оптовая). 2. Сезонная скидка. 3. Дилерская скидка. 4. Скидка за быструю оплату (сконто). А. Стимулирование сбытовой сети и формирование товарных запасов у посредников. Б. Выравнивание спроса в периоды низкой активности покупателей. В. Ускорение оборачиваемости денежных средств и снижение дебиторской задолженности. Г. Стимулирование крупных единовременных закупок и повышение лояльности дистрибьюторов. **Ключ:** 1 — Г, 2 — Б, 3 — А, 4 — В. **3.** Установите соответствие между этапом жизненного цикла товара и рекомендуемой ценовой стратегией. 1. Внедрение (выход на рынок). 2. Рост. 3. Зрелость. 4. Спад. А. Стабилизация цены или начало постепенного снижения из-за насыщения рынка и высокой конкуренции. Б. Установление высокой "цены снятия сливок" или, наоборот, низкой цены для быстрого захвата доли рынка. В. Максимальное снижение цены для распродажи остатков и вывода товара из ассортимента. Г. Повышение цены или сохранение ее на высоком уровне, так как спрос превышает предложение.

		Ключ: 1 — Б, 2 — Г, 3 — А, 4 — В. **Задание 4.** Установите соответствие между фактором, влияющим на эластичность спроса, и его характеристикой. 1. Наличие товаров-заменителей. 2. Доля затрат на товар в бюджете потребителя. 3. Степень необходимости товара. 4. Фактор времени. А. Чем она выше, тем выше эластичность (покупатель легко откажется от товара при росте цены). Б. В долгосрочном периоде спрос более эластичен, так как люди успевают найти альтернативу. В. Для хлеба или инсулина спрос будет неэластичным даже при сильном росте цены. Г. Если товар стоит копейки (соль, спички), изменение цены почти не влияет на объем спроса. **Ключ:** 1 — А, 2 — Г, 3 — В, 4 — Б. Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности. **Задание 5.** Расставьте в правильном порядке этапы формирования цены на новый товар. 1. Прогнозирование спроса при разных уровнях цен. 2. Определение целей ценообразования (захват доли рынка или максимизация прибыли). 3. Выбор метода ценообразования и расчет базовой цены. 4. Анализ издержек производства и реализации (расчет точки безубыточности). 5. Установление окончательной цены с учетом психологии и цен конкурентов. **Правильный порядок:** 2 — 4 — 1 — 3 — 5. **Задание 6.** Расставьте в правильной последовательности действия при применении метода

		ценообразования "издержки плюс". 1. Расчет полных переменных затрат на единицу продукции. 2. Утверждение итоговой отпускной цены. 3. Определение целевой нормы прибыли (рентабельности) в процентах. 4. Расчет постоянных затрат, приходящихся на единицу продукции. 5. Суммирование всех затрат и добавление наценки. **Правильный порядок:** 1 — 4 — 3 — 5 — 2. **Задание 7.** Расставьте в правильном порядке этапы разработки ценовой стратегии для выхода на новый рынок. 1. Выбор конкретной стратегии (например, "проникновение на рынок" с низкой ценой). 2. Анализ цен и товаров конкурентов. 3. Определение финансовых целей компании на планируемый период. 4. Тестирование выбранной цены на фокус-группе или в пилотном регионе. 5. Оценка эластичности спроса на данную категорию товаров. **Правильный порядок:** 3 — 2 — 5 — 1 — 4. **Задание 8.** Расставьте в правильной последовательности действия по прогнозированию цены на следующий квартал. 1. Сбор данных о динамике цен за последние 2–3 года. 2. Учет инфляционных ожиданий и изменения стоимости сырья. 3. Построение графика тренда и выявление сезонных колебаний. 4. Формирование прогнозного значения цены. 5. Корректировка прогноза с учетом планируемых маркетинговых акций. **Правильный порядок:** 1 — 3 — 2 — 5 — 4.

		Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. **Задание 9.** Как называется разница между ценой реализации товара и его себестоимостью, выраженная в процентах от цены реализации? 1. Наценка. 2. Маржа. 3. Дисконт. 4. Рентабельность производства. **Правильный ответ:** 2. **Задание 10.**Как называется стратегия установления максимально высокой цены на новый уникальный товар в самом начале продаж для получения сверхприбыли? 1. Стратегия проникновения. 2. Стратегия "снятия сливок". 3. Нейтральная стратегия. 4. Стратегия следования за конкурентом. **Правильный ответ:** 2. **Задание 11.** Как называется экономический показатель, отражающий точку, в которой выручка от продаж полностью покрывает все затраты, но прибыль еще равна нулю? 1. Маржинальный доход. 2. Порог рентабельности (точка безубыточности). 3. Запас финансовой прочности. 4. Операционный рычаг. **Правильный ответ:** 2.

		Задание 12. Как называется установление цен на дополняющие товары (например, дешевый принтер, но дорогие картриджи)? 1. Ценовая линия. 2. Премиальное ценообразование. 3. Параметрическое ценообразование. 4. Ценообразование на побочный продукт. **Правильный ответ:** 3. Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных. **Задание 13.** Какие факторы относятся к внутренним (контролируемым компанией) при формировании цены? Выберите все правильные варианты. 1. Себестоимость производства и реализации. 2. Цены конкурентов на аналогичные товары. 3. Выбранная стратегия позиционирования (премиум или эконом). 4. Уровень спроса и эластичность. 5. Государственное регулирование цен. 6. Цели компании по объему прибыли. **Правильные ответы:** 1, 3, 6. **Задание 14.** Выберите все технологии и инструменты, которые применяются для интеграции информационных систем в ЖКХ (например, для обмена данными между учётной системой УК и ГИС ЖКХ), и объясните свой выбор: А) API (программные интерфейсы для обмена данными); Б) файловый обмен (XML/CSV-файлы с регламентированной структурой); В) электронная почта для передачи произвольных отчётов в виде вложений; Г) веб-сервисы и протоколы (SOAP/REST); Д) ручной ввод данных оператором из одной системы в другую;

		Е) шина данных (ESB) для централизованного обмена сообщениями между системами. **Ключ: А, Б, Г, Е**.Какие из перечисленных действий являются этапами прогнозирования цены? Выберите все правильные варианты. 1. Анализ динамики цен на сырье и комплектующие. 2. Оценка действий конкурентов в прошлых периодах. 3. Выбор оттенка цвета для упаковки товара. 4. Расчет сезонных коэффициентов спроса. 5. Утверждение штатного расписания отдела продаж. 6. Построение тренда изменения цены на графике. **Правильные ответы:** 1, 2, 4, 6. **Задание 15.** Какие цели может преследовать компания при установлении цены на товар? Выберите все правильные варианты. 1. Максимизация текущей прибыли. 2. Увеличение доли рынка. 3. Выживание на рынке в условиях жесткой конкуренции. 4. Изменение налогового законодательства. 5. Складирование неликвидных остатков. 6. Создание имиджа престижного продукта ("снятие сливок"). **Правильные ответы:** 1, 2, 3, 6. **Задание 16.** Какие элементы входят в состав полной себестоимости товара, используемой для ценообразования? Выберите все правильные варианты. 1. Переменные производственные затраты (сырье, сдельная зарплата). 2. Постоянные общехозяйственные расходы (аренда офиса, зарплата бухгалтера). 3. Личные предпочтения финансового директора. 4. Коммерческие расходы (транспортировка, упаковка, реклама). 5. Налог на добавленную стоимость (НДС).

		6. Амортизация производственного оборудования. **Правильные ответы:** 1, 2, 4, 6. Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом. **Задание 17.** Как называется минимальная цена, ниже которой продажа товара становится убыточной для компании? **Ответ:** Точка безубыточности. **Задание 18.** Как называется установление нескольких ценовых уровней для разных версий одного и того же товара (например, базовая, расширенная и премиум-версия)? **Ответ:** Ценовая линия. **Задание 19.** Как называется надбавка к цене товара, которую платит покупатель за известный бренд или имидж компании? **Ответ:** Премия. **Задание 20.** Как называется метод прогнозирования цены, основанный на переносе тенденций и темпов роста прошлых периодов на будущее? **Ответ:** Экстраполяция.

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий

4.2. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа позволяет выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом.

Курсовая работа не предусмотрена учебным планом.

Критерии оценивания курсовой работы

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. Все аналитические расчеты выполнены верно, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Все выводы и предложения убедительно аргументированы. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на вопросы преподавателя, демонстрирует глубокое знание теоретического материала, способен аргументировать собственные утверждения и выводы
хорошо	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Представлены результаты структурированного и логически последовательного обзора литературных и иных источников по теме исследования. Структура курсовой работы логически и методически выдержана. Верно определены исходные данные для расчетов. В расчетах допускаются незначительные (не искажающие общего итога оценки) погрешности/ошибки. Большинство выводов и предложений аргументировано, корректно применены методы экономического анализа, не нарушена методика анализа предмета исследования. Оформление курсовой работы и полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две несущественные ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах, в оформлении таблиц. Наличествует незначительное количество грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся правильно и уверенно отвечает на большинство вопросов преподавателя, демонстрирует хорошее знание теоретического материала, но не всегда способен аргументировать собственные утверждения и выводы. При наводящих вопросах преподавателя исправляет ошибки в ответе
удовлетворительно	Содержание курсовой работы полностью соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Результаты обзора литературных и иных источников представлены недостаточно полно, недостаточно логично и последовательно. Верно определены исходные данные для расчетов, но имеются грубые ошибки в расчетах. Аргументация выводов и предложений слабая или отсутствует. Экономические выводы носят констатирующий (описательный) характер. Имеются одно-два существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Полученные результаты в целом отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. Имеются одна-две существенных ошибки в использовании терминов, в построенных диаграммах и схемах. Много грамматических и/или стилистических ошибок. При защите курсовой работы обучающийся допускает грубые ошибки при ответах на вопросы преподавателя, демонстрирует слабое знание

	теоретического материала, в большинстве случаев не способен уверенно аргументировать собственные утверждения и выводы
неудовлетворительно	Содержание курсовой работы не соответствует заданию, содержащемуся в методических указаниях, и плану. Неверно определены исходные данные для расчетов, неверно и не корректно применены методы экономического анализа. Экономические выводы содержат неверную экономическую оценку. Имеются более двух существенных отклонений от требований в оформлении курсовой работы. Большое количество существенных ошибок по сути работы, много грамматических и стилистических ошибок и др. Полученные результаты не отвечают требованиям, изложенным в методических указаниях. При защите курсовой работы обучающийся демонстрирует слабое понимание программного материала, студент не может защитить свои решения, допускает грубые фактические ошибки при ответах на поставленные вопросы или вовсе не отвечает на них. Курсовая работа не представлена преподавателю. Обучающийся не явился на защиту курсовой работы

5.МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой/экзамена.

Вопросы к зачету/зачету с оценкой/экзамену:

Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. **Что такое управление продажами?** Ответ: деятельность по построению системы сбыта, включающая планирование, организацию, мотивацию и контроль работы торгового персонала для достижения плановых показателей выручки.
2. **Что такое воронка продаж?** Ответ: маркетинговая модель, описывающая путь покупателя от первого контакта с товаром до момента совершения покупки, разделенная на этапы.
3. **Что такое лид?** Ответ: потенциальный клиент, который проявил интерес к продукту и оставил свои контактные данные для дальнейшей коммуникации.
4. **Что такое конверсия в продажах?** Ответ: отношение числа совершенных сделок к общему числу потенциальных контактов или посетителей, выраженное в процентах.
5. **Что такое KPI в отделе продаж?** Ответ: ключевые показатели эффективности, по которым оценивается работа менеджеров (объем продаж, количество звонков, средний чек).
6. **Что такое B2B-продажи?** Ответ: модель продаж "бизнес для бизнеса", где покупателем выступает юридическое лицо, приобретающее товар для перепродажи или использования в производстве.
7. **Что такое B2C-продажи?** Ответ: модель продаж "бизнес для потребителя", где товар реализуется конечному физическому лицу для личного использования.
8. **Что такое активный поиск клиентов (холодные продажи)?** Ответ: процесс самостоятельного выявления и привлечения потенциальных покупателей, которые ранее не проявляли интереса к продукту.

9. **Что такое пассивные продажи?** Ответ: продажи, при которых инициатива исходит от покупателя (входящие звонки, заказы через сайт, посещение магазина).
10. **Что такое ABC-анализ клиентской базы?** Ответ: метод сегментации клиентов по объему приносимой прибыли (A — самые важные, B — средние, C — мелкие).
11. **Что такое CRM-система?** Ответ: программное обеспечение для автоматизации взаимодействия с клиентами, хранения истории контактов и управления сделками.
12. **Что такое средний чек?** Ответ: отношение общей выручки за период к количеству совершенных транзакций (чеков).
13. **Что такое Up-sell (апселл)?** Ответ: техника продажи, при которой клиенту предлагают более дорогую, продвинутую или объемную версию выбранного им товара.
14. **Что такое Cross-sell (кросс-селл)?** Ответ: техника продажи сопутствующих или дополнительных товаров к основной покупке (например, чехол к телефону).
15. **Что такое маржинальность?** Ответ: разница между ценой продажи и себестоимостью товара, выраженная в процентах от цены продажи.
16. **Что такое дебиторская задолженность?** Ответ: сумма долгов, причитающихся компании от покупателей за отгруженные товары или оказанные услуги.
17. **Что такое план продаж?** Ответ: количественный показатель выручки или объема реализации, установленный для отдела или менеджера на определенный период.
18. **Что такое квота продаж?** Ответ: индивидуальная норма продаж, закрепленная за конкретным торговым представителем.
19. **Что такое скрипты продаж?** Ответ: заранее прописанные сценарии разговора менеджера с клиентом для различных этапов сделки.
20. **Что такое торговое оборудование?** Ответ: технические средства (витрины, стеллажи, холодильники, кассы), необходимые для выкладки и реализации товара.
21. **Что такое ценовая эластичность спроса?** Ответ: показатель того, насколько сильно меняется объем продаж при изменении цены на товар.
22. **Что такое стратегия "снятия сливок"?** Ответ: установление максимально высокой цены на новый товар в начале продаж для получения сверхприбыли от новаторов.
23. **Что такое стратегия проникновения на рынок?** Ответ: установление заниженной цены на новый товар для быстрого захвата максимальной доли рынка.
24. **Что такое точка безубыточности?** Ответ: объем продаж, при котором выручка компании полностью покрывает все ее затраты, а прибыль равна нулю.
25. **Что такое система мотивации торгового персонала?** Ответ: совокупность материальных (оклад, бонусы, проценты) и нематериальных стимулов для повышения эффективности работы продавцов.
26. **Что такое наставничество в отделе продаж?** Ответ: форма обучения, при которой опытный менеджер передает навыки и знания новичку в процессе работы.

27. **Что такое SPIN-продажи?** Ответ: методология сложных продаж, основанная на задавании клиенту четырех типов вопросов: ситуационных, проблемных, извлекающих и направляющих.
28. **Что такое омниканальность в продажах?** Ответ: интеграция всех каналов коммуникации (офлайн-магазин, сайт, мобильное приложение, соцсети) в единую бесшовную систему для клиента.
29. **Что такое LTV (Lifetime Value)?** Ответ: пожизненная ценность клиента — прогноз общей прибыли, которую компания получит от одного покупателя за все время сотрудничества.
30. **Что такое CAC (Customer Acquisition Cost)?** Ответ: стоимость привлечения одного клиента, рассчитываемая как отношение затрат на маркетинг и продажи к количеству новых клиентов.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающимся правильно и полностью раскрыто содержание материала в пределах программы, чётко и правильно даны определения и раскрыто содержание понятий, точно использованы научные и технические термины, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения
хорошо	Выставляется, если обучающимся раскрыто основное содержание материала в пределах программы, даны определения и раскрыто содержание понятий, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения, но присутствуют незначительные нарушения в последовательности изложения, имеются одна-две неточности в содержании ответа
удовлетворительно	Выставляется, если обучающимся содержание учебного материала изложено фрагментарно, не всегда последовательно, не даны определения, не раскрыто содержание понятий, или они изложены с ошибками, допускаются ошибки и неточности в использовании научной терминологии, отсутствуют выводы и обобщения из предыдущего материала, или возможны ошибки в их изложении

неудовлетворительно	Выставляется, если обучающимся основное содержание учебного материала не раскрыто, не даются ответы на основные вопросы, допускаются грубые ошибки в определении понятий, в использовании терминологии, отсутствуют выводы и обобщения

6. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Задания для диагностической работы должны обеспечивать оценку полностью или частично сформированных компетенций. Каждое задание должно быть привязано к тому или иному индикатору сформированности компетенций.

При формировании заданий для диагностической работы необходимо использовать тестовые задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Все типы заданий должны быть представлены не менее одного раза.

Код компетенции	**Формулировка компетенции**	**Тип задания**	**Задания**		**Уровень освоения компетенции**
			Вариант 1	**Вариант 2**	
ПК-7	Способен осуществлять формирование и прогнозирование цен на товары, работы и услуги	1,2,3,4,5	**Задание 1.1.** Установите соответствие между методом ценообразования и его описанием. 1. Метод "издержки плюс". 2. Ценообразование на основе ценности для потребителя. 3. Конкурентное ценообразование. 4. Психологическое ценообразование. А. Установление цены 990 рублей вместо 1000 для создания иллюзии выгоды. Б. Установка цены на основе анализа цен прямых конкурентов на аналогичный товар. В. Калькуляция полной себестоимости единицы продукции с добавлением фиксированного процента прибыли. Г. Определение цены исходя из той	**Задание 1.2.** Установите соответствие между типом скидки и целью ее применения в управлении продажами. 1. Скидка за объем (оптовая). 2. Сезонная скидка. 3. Дилерская скидка. 4. Скидка за быструю оплату (сконто). А. Стимулирование сбытовой сети и формирование товарных запасов у посредников. Б. Выравнивание спроса в периоды низкой активности покупателей. В. Ускорение оборачиваемости денежных средств и снижение дебиторской задолженности. Г. Стимулирование крупных единовременных закупок и повышение	**Базовый (1-3 минуты)** **Повышенный (3-5 минут)** **Высокий (5-10 минут)**

			экономической выгоды, которую клиент получит от использования товара. **Ключ:** 1 — В, 2 — Г, 3 — Б, 4 — А. **Задание 1.3.** Установите соответствие между этапом жизненного цикла товара и рекомендуемой ценовой стратегией. 1. Внедрение (выход на рынок). 2. Рост. 3. Зрелость. 4. Спад. А. Стабилизация цены или начало постепенного снижения из-за насыщения рынка и высокой конкуренции. Б. Установление высокой "цены снятия сливок" или, наоборот, низкой цены для быстрого захвата доли рынка. В. Максимальное снижение цены для распродажи остатков и вывода товара из ассортимента. Г. Повышение цены или сохранение ее на высоком уровне, так как спрос превышает предложение. **Ключ:** 1 — Б, 2 — Г, 3 — А, 4 — В. **Задание 2.1.** Расставьте в правильном порядке этапы формирования цены на новый товар. 1. Прогнозирование спроса при разных уровнях цен. 2. Определение целей ценообразования (захват доли рынка или максимизация прибыли).	лояльности дистрибьюторов. **Ключ:** 1 — Г, 2 — Б, 3 — А, 4 — В. **Задание 1.4.** Установите соответствие между фактором, влияющим на эластичность спроса, и его характеристикой. 1. Наличие товаров-заменителей. 2. Доля затрат на товар в бюджете потребителя. 3. Степень необходимости товара. 4. Фактор времени. А. Чем она выше, тем выше эластичность (покупатель легко откажется от товара при росте цены). Б. В долгосрочном периоде спрос более эластичен, так как люди успевают найти альтернативу. В. Для хлеба или инсулина спрос будет неэластичным даже при сильном росте цены. Г. Если товар стоит копейки (соль, спички), изменение цены почти не влияет на объем спроса. **Ключ:** 1 — А, 2 — Г, 3 — В, 4 — Б. **Задание 2.2.** Расставьте в правильной последовательности действия при применении метода ценообразования "издержки плюс". 1. Расчет полных переменных затрат на единицу продукции. 2. Утверждение итоговой отпускной цены.	

			3. Выбор метода ценообразования и расчет базовой цены. 4. Анализ издержек производства и реализации (расчет точки безубыточности). 5. Установление окончательной цены с учетом психологии и цен конкурентов. **Правильный порядок:** 2 — 4 — 1 — 3 — 5. **Задание 2.3.** Расставьте в правильном порядке этапы разработки ценовой стратегии для выхода на новый рынок. 1. Выбор конкретной стратегии (например, "проникновение на рынок" с низкой ценой). 2. Анализ цен и товаров конкурентов. 3. Определение финансовых целей компании на планируемый период. 4. Тестирование выбранной цены на фокус-группе или в пилотном регионе. 5. Оценка эластичности спроса на данную категорию товаров. **Правильный порядок:** 3 — 2 — 5 — 1 — 4. **Задание 3.1** Как называется разница между ценой реализации товара и его себестоимостью, выраженная в процентах от цены реализации?	3. Определение целевой нормы прибыли (рентабельности) в процентах. 4. Расчет постоянных затрат, приходящихся на единицу продукции. 5. Суммирование всех затрат и добавление наценки. **Правильный порядок:** 1 — 4 — 3 — 5 — 2. **Задание 2.4.** Расставьте в правильной последовательности действия по прогнозированию цены на следующий квартал. 1. Сбор данных о динамике цен за последние 2–3 года. 2. Учет инфляционных ожиданий и изменения стоимости сырья. 3. Построение графика тренда и выявление сезонных колебаний. 4. Формирование прогнозного значения цены. 5. Корректировка прогноза с учетом планируемых маркетинговых акций. **Правильный порядок:** 1 — 3 — 2 — 5 — 4. **Задание 3.2.** Как называется стратегия установления максимально высокой цены на новый уникальный товар в самом начале продаж для получения	

			1. Наценка. 2. Маржа. 3. Дисконт. 4. Рентабельность производства. **Правильный ответ:** 2. **Задание 3.3.** Как называется экономический показатель, отражающий точку, в которой выручка от продаж полностью покрывает все затраты, но прибыль еще равна нулю? 1. Маржинальный доход. 2. Порог рентабельности (точка безубыточности). 3. Запас финансовой прочности. 4. Операционный рычаг. **Правильный ответ:** 2. **Задание 4.1.** Какие факторы относятся к внутренним (контролируемым компанией) при формировании цены? Выберите все правильные варианты. 1. Себестоимость производства и реализации. 2. Цены конкурентов на аналогичные товары. 3. Выбранная стратегия позиционирования (премиум или эконом). 4. Уровень спроса и эластичность.	сверхприбыли? 1. Стратегия проникновения. 2. Стратегия "снятия сливок". 3. Нейтральная стратегия. 4. Стратегия следования за конкурентом. **Правильный ответ:** 2. **Задание 3.4.** Как называется установление цен на дополняющие товары (например, дешевый принтер, но дорогие картриджи)? 1. Ценовая линия. 2. Премиальное ценообразование. 3. Параметрическое ценообразование. 4. Ценообразование на побочный продукт. **Правильный ответ:** 3. **Задание 4.2.** Выберите все технологии и инструменты, которые применяются для интеграции информационных систем в ЖКХ (например, для обмена данными между учётной системой УК и ГИС ЖКХ), и объясните свой выбор: А) API (программные интерфейсы для обмена данными); Б) файловый обмен (XML/CSV-файлы с регламентированной структурой); В) электронная почта для передачи произвольных отчётов в виде вложений; Г) веб-сервисы и протоколы (SOAP/REST);	

			5. Государственное регулирование цен. 6. Цели компании по объему прибыли. **Правильные ответы:** 1, 3, 6. **Задание 4.3.** Какие цели может преследовать компания при установлении цены на товар? Выберите все правильные варианты. 1. Максимизация текущей прибыли. 2. Увеличение доли рынка. 3. Выживание на рынке в условиях жесткой конкуренции. 4. Изменение налогового	Д) ручной ввод данных оператором из одной системы в другую; Е) шина данных (ESB) для централизованного обмена сообщениями между системами. **Ключ: А, Б, Г, Е**.Какие из перечисленных действий являются этапами прогнозирования цены? Выберите все правильные варианты. 1. Анализ динамики цен на сырье и комплектующие. 2. Оценка действий конкурентов в прошлых периодах. 3. Выбор оттенка цвета для упаковки товара. 4. Расчет сезонных коэффициентов спроса. 5. Утверждение штатного расписания отдела продаж. 6. Построение тренда изменения цены на графике. **Правильные ответы:** 1, 2, 4, 6. **Задание 4.4.** Какие элементы входят в состав полной себестоимости товара, используемой для ценообразования? Выберите все правильные варианты. 1. Переменные производственные затраты (сырье, сдельная зарплата). 2. Постоянные общехозяйственные расходы (аренда офиса, зарплата бухгалтера).	

			законодательства. 5. Складирование неликвидных остатков. 6. Создание имиджа престижного продукта ("снятие сливок"). **Правильные ответы:** 1, 2, 3, 6. **Задание 5.1.** Как называется минимальная цена, ниже которой продажа товара становится убыточной для компании? **Ответ:** Точка безубыточности. **Задание 5.3.** Как называется надбавка к цене товара, которую платит покупатель за известный бренд или имидж компании? **Ответ:** Премия.	3. Личные предпочтения финансового директора. 4. Коммерческие расходы (транспортировка, упаковка, реклама). 5. Налог на добавленную стоимость (НДС). 6. Амортизация производственного оборудования. **Правильные ответы:** 1, 2, 4, 6. **Задание 5.2.** Как называется установление нескольких ценовых уровней для разных версий одного и того же товара (например, базовая, расширенная и премиум-версия)? **Ответ:** Ценовая линия. **Задание 5.4.** Как называется метод прогнозирования цены, основанный на переносе тенденций и темпов роста прошлых периодов на будущее? **Ответ:** Экстраполяция.	

Критерии оценивания диагностической работы:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий

неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий