

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 11.08.2026 10:19:39

Уникальный программный ключ:

04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю)
«Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 1 из 12

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств
для промежуточной аттестации
по дисциплине**

Б1.В.04 Управление продажами

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
Маркетинг и логистика в бизнесе

Присваиваемая квалификация (степень)
бакалавр

Форма обучения
очная, очно-заочная

Год набора 2026

Челябинск 2026 г.

	Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 2	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Содержание

- 1. Паспорт фонда оценочных средств**
- 2. Перечень формируемых компетенций**
 - 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной**
- 3. Содержание оценочных средств по дисциплине**
 - 3.1 Виды оценочных средств**
 - 3.2 Содержание оценочных средств**
- 4 Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**
 - 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации**
 - 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств**
 - 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций**

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 3	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) «Маркетинг и логистика в бизнесе»

Дисциплина: Б1.В.04 Управление продажами

Семестр (семестры) изучения: для очной и очно-заочной формы обучения - 4 семестр

Форма промежуточной аттестации: экзамен

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Б1.В.04 Управление продажами» направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенций согласно ОПОП ВО	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1. Владеет технологией проведения маркетингового исследования	ПК-1.1 Применяет знания для подготовки к проведению маркетингового исследования ПК-1.2. Применяет знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга ПК-1.3. Владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Знать технологию проведения маркетингового исследования Уметь владеть технологией проведения маркетингового исследования Владеть навыками проведения маркетингового исследования

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

Код, наименование компетенции согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Контролируемые темы/разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2)	Семестр	Номер задания	Наименование оценочного средства
ПК-1. Владеет технологией проведения маркетингового исследования	Знать: технологию проведения маркетингового исследования	1. Сбытовая деятельность фирмы	очная, очно-заочная форма - 4	1-20	Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 4	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	Уметь: владеть технологией проведения маркетингового исследования	2. Управление отделом продаж		1-20	Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа
	Владеть: навыками проведения маркетингового исследования	3. Планирование сбытовой деятельности		21-26	Задания открытого типа с кратким ответом

3.2 Содержание оценочных средств

Часть 1. База тестовых вопросов закрытого типа

Задание 1. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ.

Основная задача менеджера по продажам это:

- A. Презентация продукта
- B. Контроль и обеспечение сделки по продаже
- C. Привлечение клиента в компанию**
- D. Реклама продукции

Задание 2. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Поставщиков, клиентов, посредников, инвесторов относят к какой среде:

- A. Внешней**
- B. Внутренней
- C. Деловой**
- D. Коммуникативной

Задание 3. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Факторы макросреды продаж:

- A. Социально-демографические**
- B. Научно-технические**
- C. Организационно-управленческие
- D. Эффективности деятельности

Задание 4. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

	Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 5	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Поставщики материально-технических ресурсов, с которыми заключены договоры поставки относят к :

- A. Внешней среде
- B. Внутренней среде
- C. Деловой среде**
- D. Коммуникативной среде

Задание 5. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Какие преимущества дает менеджеру по продажам ведение базы данных клиентов:

- A. Гарантия от потери информации
- B. Экономия времени
- C. Возможность выделиться перед руководством в выгодном свете
- D. Возможность завести личные контакты**

Задание 6. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Комплекс мер на плановой основе по результативному воздействию на покупателя это:

- A. Продажа
- B. Стратегия продаж**
- C. Стимулирование продаж
- D. Позиционирование

Задание 7. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Какого типа распределения в управлении продажами не существует

- A. интенсивное
- B. селективное
- C. интерактивное**
- D. эксклюзивное

Задание 8. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Маркетинговая деятельность в розничной торговой точке, включающая в себя размещение товара, разработку и размещение рекламных материалов, которые содержат информацию о товаре в том месте, где потребитель готов сделать покупку это-

- A. Мерчандайзинг**
- B. Позиционирование
- C. Сегментирование
- D. Дегустирование

	Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 6 <table border="1" data-bbox="810 349 1495 398"> <tr> <td>Первый экземпляр _____</td> <td>КОПИЯ № _____</td> </tr> </table>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____		

Задание 9. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

При мотивации потребителей, какие факторы не учитывают?

- A. Личностные факторы
- B. Ожидание потребителя
- C. Убеждения покупателя
- D. Закредитованность и платежеспособность покупателя**

Задание 10. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Какие типы конфликтов внутри канала распределения существуют?

- A. Вертикальный и горизонтальный**
- B. Внешний и внутренний
- C. Продуктовый и товарный
- D. Ценовой и срочный

Задание 11. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор:

- A. Цена и скидки
- B. Соотношение цены и качества**
- C. Реклама
- D. Сервис

Задание 12. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Конфликт между представителями различных уровней канала распределения, например между производителями и оптовиками это -

- A. Горизонтальный конфликт
- B. Вертикальный конфликт**
- C. Глубокий конфликт
- D. Производственный конфликт

Задание 13. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Какие факторы влияют на выбор формата магазина?

- A. Политические
- B. Экономические
- C. Демографические**
- D. Технические

Задание 14. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 7	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Ключевой клиент –это:

- A. Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.**
- B. Представители крупных предприятий
- C. Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет
- D. Представители среднего бизнеса

Задание 15. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Работа по возвращению клиентов это:

- A. Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.**
- B. Умение приносить извинения за некачественную работу компании
- C. Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой
- D. Предложение скидок с условием возврата

Задание 16. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Работа внутри фирмы по получению, оформлению и обеспечению поступающих заказов это -

- A. Стратегия продаж
- B. Управление заказами**
- C. Позиционирование заказа
- D. Регистрация заказа

Задание 17. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Технология маркетинга представляет собой совокупность:

- A. стадий, операций и приказов
- B. стадий, исследований и координаций
- C. стадий, операций, приемов и действий**
- D. сбытовой и продуктовой функций

Задание 18. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Информационно-маркетинговые технологии:

- A. операции по ведению бизнеса
- B. приоритет ситуации на рынке
- C. ряд техник по ведению бизнеса**
- D. приоритет конкурентов

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 8	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Задание 19. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Данные, специально полученные для проведения анализа и не подвергшиеся предварительной обработке

- A. Маркетинговая информация
- B. Вторичная информация
- C. Дополнительная информация
- D. **Первичная информация**

Задание 20. (Задание закрытого типа)

Прочитайте текст и выберите правильный ответ

Открытые вопросы при анкетировании

- A. **не содержат никаких подсказок и позволяют отвечать своими словами**
- B. включают в себя возможные варианты ответов или подсказок
- C. включают в себя шкалы оценок
- D. все ответы верны

Часть 2. База тестовых вопросов открытого типа

Задание 21. (Задание открытого типа с кратким ответом/ вставить термин)

Вставьте термин. _____ — комплексная система организации, планирования, контроля и оптимизации процессов сбыта, направленная на рост прибыли и удержание клиентов.

Задание 22. (Задание открытого типа с кратким ответом/ вставить термин)

Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание (допускается четыре слова).

Вставьте термин. _____ — упорядоченная система данных о текущих и потенциальных покупателях, содержащая их контактную информацию, историю сделок, предпочтения и результаты взаимодействий.

Задание 23. (Задание открытого типа с кратким ответом/ вставить термин)

Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание (допускается четыре слова).

Вставьте термин. _____ — маркетинговая модель, визуализирующая путь клиента от первого знакомства с продуктом до совершения покупки.

Задание 24. (Задание открытого типа с кратким ответом/ вставить термин)

Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание (допускается четыре слова).

Вставьте термин. _____ — метрика, показывающая, сколько раз в среднем один клиент совершает покупку за определенный период.

Задание 25. (Задание открытого типа с кратким ответом/ вставить термин)

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 9	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание (допускается четыре слова).

Вставьте термин. _____ — метод оценки эффективности инвестиций путем расчета периода возврата вложенных средств.

Задание 26. (Задание открытого типа с кратким ответом/ вставить термин)

Прочитайте задание, вставьте верное словосочетание (допускается четыре слова).

Вставьте термин _____ — совокупность действий, мотивов и решений, принимаемых людьми в процессе выбора, покупки, использования и оценки товаров или услуг.

4 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации (экзамена)

Экзамен состоит из 2- частей

1 часть – студент решает 15 тестовых вопросов закрытого типа, выбранных случайным образом. Продолжительность – 20 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 50 баллов

2 часть – студент решает тесты открытого типа со свободным ответом, которые не предполагают вариантов ответа, правильный ответ требуется написать самостоятельно. Всего 5 тестовых вопросов, выбранных случайным образом. Продолжительность – 15 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 50 баллов

Максимальный балл – 100 баллов:

0-49 баллов - неудовлетворительно (оценка 2);

50-69 баллов - удовлетворительно (оценка 3);

70-90 баллов - хорошо (оценка 4);

91-100 баллов - отлично (оценка 5).

Общее время выполнения работы – 1 часа.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

Ключи и критерии к оцениванию задания

№ задания	Верный ответ	Критерии
1	С	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
2	А,С	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
3	А,В	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
4	С	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи



Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами»
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю)
«Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 10	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	---------	------------------------	---------------

5	A	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
6	B	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
7	C	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
8	A	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
9	D	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
10	A	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
11	B	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
12	B	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
13	C	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
14	A	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
15	A	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
16	B	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
17	C	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
18	C	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
19	D	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
20	A	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
21	Управление продажами	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи
22	Клиентская база	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи
23	Воронка продаж	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи
24	Частота покупки	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи
25	Срок окупаемости	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи
26	Поведение потребителя	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

	Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 11 <table border="1" data-bbox="810 349 1495 398"> <tr> <td>Первый экземпляр _____</td> <td>КОПИЯ № _____</td> </tr> </table>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____		

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично и предполагает формирование компетенций на высоком уровне: обучающийся демонстрирует формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности, есть системные знания, необходимые для самостоятельной работы по вопросам предметной области дисциплины. Студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины, свободно решать практические задачи.

2. Средний уровень соответствует оценке хорошо и предполагает формирование компетенций на среднем уровне: обучающийся демонстрирует общее понимание вопросов дисциплины, выработки и реализации управленческих решений в этой сфере; умение их анализировать, студент способен давать ответы на теоретические вопросы дисциплины с отдельными неточностями, решать практические задачи с отдельными затруднениями.

3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно и предполагает формирование компетенций на начальном уровне: обучающийся показывает формирование компетенций на начальном уровне, демонстрирует общее представление по вопросам дисциплины, грамотное владение терминологией, умение ориентироваться в практических вопросах дисциплины.

4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно, обучающийся не владеет основными понятиями и положениями дисциплины, решает практические задания не в полном объеме, с грубыми ошибками, демонстрирует несформированность представлений о содержании дисциплины, не владение ее терминологией, не умение ориентироваться в решении практических задач по основным темам дисциплины.

 Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет экономики и управления Кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине «Управление продажами» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»			
Версия документа - 1	стр. 12	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

38.03.02 Менеджмент,
направленность (профиль) Маркетинг и логистика в бизнесе,
(указать наименование профиля)
фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине
«Б1.В.04 Управление продажами»,
(указать индекс и наименование дисциплины)
2026 год набора, очная и очно-заочная форма обучения:
указать форму обучения

Утвержден:

Проректор по учебной работе утверждено 02/03/2026

А.А. Саламатов

Согласован:

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания от «24» Февраля 2026 г. № 11

Председатель Ученого совета

Факультета экономики и управления

А.А. Егорова

Заседанием кафедры прикладной экономики и маркетинга

Протокол заседания от «29» января 2026 г. № 6

Заведующий кафедрой согласовано

И.А. Данилов

Автор (составитель)

О.А. Давыдова

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по
 дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г.
 № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».