

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Тверской государственный технический университет»

(ТвГТУ)

УТВЕРЖДАЮ

заведующий кафедрой социологии и  
социальных технологий ТвГТУ



Э.Ю. Майкова

« 26 » 03 20 19 г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**

**промежуточной аттестации: зачет по дисциплине «Технологии продаж»**

Направление подготовки бакалавров – 39.03.01 Социология

Направленность (профиль) – общая социология

Типы задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский

Разработаны в соответствии с рабочей программой практики, утвержденной

« 20 » 03 20 19 г.

Разработчик программы: доцент кафедры ССТ



А.В. Вайсбург

Тверь 2019 г.

### **Критерии оценивания:**

1. Шкала оценивания промежуточной аттестации – «зачтено», «не зачтено».

2. Вид промежуточной аттестации в форме зачета.

Промежуточная аттестация в форме зачета устанавливается преподавателем по результатам текущего контроля знаний и умений обучающегося без дополнительных контрольных испытаний.

При промежуточной аттестации без выполнения дополнительного итогового контрольного испытания студенту в обязательном порядке описываются критерии проставления зачёта:

«зачтено» – выставляется обучающемуся при условии выполнения им всех контрольных мероприятий, посещения лекций и практических занятий в объеме, соответствующем не менее чем 80% от количества часов, отведенного на контактную работу с преподавателем.

### **Перечень вопросов по дисциплине:**

#### **Знать:**

1. Покупательское поведение: понятие и сущность.
2. Факторы, определяющие поведение покупателей социологических услуг.
3. Понятие и сущность социологического сервиса.
4. Основные характеристики маркетинга «легендарного сервиса».
5. Основные теории мотивации.
6. Понятие и сущность обмена.
7. Структура социологической услуги. Особенности продажи социологических услуг.
8. Основные функции процесса продаж.
9. Барьеры для осуществления продаж социологических услуг.
10. Основные задачи управления продажами.
11. Этапы создания эффективного управления продажами.
12. Роль технологии продаж в современном бизнесе.
13. Понятие и этапы персональной продажи.

#### **Уметь:**

14. Методы прогнозирования продаж.
15. Работа с персоналом.
16. Подготовка специалиста-социолога к работе с потребителями.
17. Политика продаж.
18. Стимулирование продаж.
19. Особенности личной продажи социологических услуг.
20. Процесс принятия решения о покупке.
21. Программы лояльности для клиентов.
22. Послепродажное обслуживание.
23. Работа с жалобами, возражениями и претензиями.
24. Переговоры о цене.
25. Методы оказания влияния на клиента.