



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.ДВ.03.02 «Психология продаж»

Направление подготовки
37.03.01 Психология

Направленность (профиль): **«Социальная психология»**

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения:
очная, очно-заочная

Воронеж 2023

1. Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Модули/разделы/темы дисциплины	Индекс контролируемой компетенции	Оценочные средства		Технология оценки (способ контроля)
			наименование	№№ заданий	
1	Раздел 1. Введение в психологию продаж	ПК-2.1 ПК-6.6	Вопросы к зачету с оценкой	1-3	Проверка преподавателем устного ответа на зачете
			Тест	1-3, 13	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Контрольная работа	1, 18	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Домашнее задание	1	Проверка преподавателем на практическом занятии
2	Раздел 2. Психологические особенности процесса покупки-продажи	ПК-2.1 ПК-6.6	Вопросы к зачету с оценкой	4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 18	Проверка преподавателем устного ответа на экзамене
			Тест	4-11, 12, 14-26	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Контрольная работа	2, 3, 7, 8, 11, 12-18	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Домашнее задание	2, 3	Проверка преподавателем на практическом занятии
3	Раздел 3. Конфликт продавцов и покупателей	ПК-2.1 ПК-6.6	Вопросы к зачету с оценкой	11-13	Проверка преподавателем устного ответа на зачете
			Тест	28	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Контрольная работа	4, 5	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Домашнее задание	4	Проверка преподавателем на практическом занятии
4	Раздел 4. Продажи по телефону	ПК-2.1 ПК-6.6	Вопросы к зачету с оценкой	14-17	Проверка преподавателем устного ответа на зачете
			Тест	35	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Контрольная работа	6	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Домашнее задание	5	Проверка преподавателем на практическом занятии
5	Раздел 5. Психологические и этические стороны межличностных коммуникаций в профессиональной торговой деятельности	ПК-2.1 ПК-6.6	Вопросы к зачету с оценкой	19, 20	Проверка преподавателем устного ответа на зачете
			Тест	34, 36	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Контрольная работа	9, 10, 15, 16	Проверка преподавателем на практическом занятии
			Домашнее задание	6, 7	Проверка преподавателем на практическом занятии

2 Типовые задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций

2.1. Вопросы для подготовки к зачёту с оценкой (для проведения промежуточной аттестации)

1. Определение продаж. Продажи как передача ценностей
2. Особенности психологии продаж
3. Предмет и задачи психологии продаж
4. Типы покупателей, их потребности и мотивы
5. Психологические этапы процесса продажи
6. Типология вопросов покупателей и продавцов и их логические уровни
7. Этапы обработки возражений
8. Приемы обработки возражений
9. Типовые возражения
10. Возражения по цене
11. Факторы взаимодействия покупателей и продавцов в конфликтной ситуации
12. Способы развития конфликтов в коммерческой деятельности
13. Исходы острых конфликтов в коммерческой деятельности
14. Специфика личных (персональных) продаж
15. Специфика телефонных продаж
16. Пассивные и активные телефонные продажи
17. Техника нахождения подхода при телефонных продажах
18. Качество торгового обслуживания
19. Барьеры межличностных коммуникаций в профессиональной торговой деятельности
20. Структура общения и психологические приемы формирования аттракции

2.2. Примерные темы контрольных работ

1. Основы психологии продаж
2. Психологические особенности процесса покупки-продажи
3. Возражения покупателя и их обработка
4. Конфликт продавцов и покупателей
5. Способы развития конфликтов в коммерческой деятельности
6. Специфика телефонных продаж
7. Специфика личных (персональных) продаж
8. Специфика продаж организационным клиентам
9. Межличностные коммуникации в профессиональной торговой деятельности
10. Структура общения и психологические приемы формирования аттракции в профессиональной торговой деятельности
11. Современная типология поведения клиентов
12. Основные механизмы международных продаж
13. Характеристика этапов персональных продаж
14. Управление продажами через обучение персонала
15. Эффективность деятельности продавца
16. Формирование профессиональной компетентности продавца в современных российских условиях
17. Современные стратегии продаж
18. Продажи как элемент маркетинговой стратегии организации

2.4. Тесты для контроля по разделам (темам) дисциплины

№ задания	Тестовое задание
1	<p>Выберите правильный ответ. Продажа это:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) процесс создания (производителем, изготовителем, исполнителем) материальных и духовных благ, необходимых для удовлетворения разнообразных жизненных потребностей людей; б) процесс приобретения, освоения, использования людьми (потребителями) разнообразных материальных и духовных благ, нужных им для жизни; в) процесс распределения произведенных жизненных благ между потребителями, осуществляемый продавцами через механизм товарно-денежного обмена. <p>Правильный ответ «с».</p>
2	<p>Выберите правильный ответ. Товары:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) удовлетворяют человеческие потребности; б) материальный продукт(ы), услуга (и) или идея (и); в) платформа, с помощью которой потребитель приобретает идеи или блага. <p>Правильный ответ «а», «б», «с».</p>
3	<p>Выберите правильный ответ. Особая роль в изучении психологии продаж отводится:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) личным продажам; б) продажам организационным клиентам; в) телефонным продажам. <p>Правильный ответ «а».</p>
4	<p>Выберите правильный ответ. Дж. Р. Росситер и Л. Перси определяют личные продажи:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) как элемент психологии продаж; б) как элемент маркетинговых коммуникаций; в) как элемент предпринимательской деятельности. <p>Правильный ответ «б».</p>
5	<p>Какие виды личных продаж выделяют?</p> <ul style="list-style-type: none"> а) ответная продажа; б) продажа представителям торговли; в) миссионерская продажа; г) технические продажи; д) созидательные продажи; е) консультативные продажи; з) оптовые продажи. <p>Правильный ответ «а», «б», «с», «д», «е», «ж», «з».</p>
6	<p>Выгоды потребителя подразделяются на:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) функциональные; б) эмоциональные; в) мотивационные. <p>Правильный ответ «а», «б».</p>
7	<p>С точки зрения психологи продаж выделяют несколько основных моделей взаимодействия между продавцом и покупателем, включающих:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) познавательную стадию; б) эмоциональную стадию; в) когнитивную стадию; г) поведенческую стадию <p>Правильный ответ «а», «б», «д».</p>
8	<p>От чего зависит покупка:</p> <ul style="list-style-type: none"> а) от мотивации; б) от материальных возможностей; в) от заинтересованности товаром;

	<p>д) от ожиданий потребителя. Правильный ответ «д».</p>
9	<p>Какой опыт лежит в центре будущих решений относительно дальнейших покупок: а) покупательский; б) потребительский. Правильный ответ «б».</p>
10	<p>Теория Хайдера: а) предполагает, что потребители всегда стремятся к когнитивному балансу между представлениями и оценкой; б) описывает установки как функцию от представлений, что бренд имеет определенные атрибуты и желательности этих атрибутов для потребителя; с) предполагает, что соответствующий фокус исследований установок потребителей по отношению к покупке скорее, чем по отношению к бренду как таковому. Правильный ответ «а».</p>
11	<p>В сравнении с потребительским рынком деловой рынок отличается: а) меньшим числом покупателей и большими объемами закупок; б) большим числом покупателей и меньшими объемами закупок; с) большим числом покупателей и большими объемами закупок. Правильный ответ «а».</p>
12	<p>Какие возражения высказывают покупатели во время презентации или при предложении заключить сделку о покупке товара: а) психологическое сопротивление; б) логическое сопротивление; с) эмоциональное сопротивление. Правильный ответ «а», «б».</p>
13	<p>Сущность торговой деятельности состоит в экономических отношениях, которые выражаются в: а) предметном аспекте; б) коммуникативном аспекте; с) эмоциональном аспекте. Правильный ответ «а», «б».</p>
14	<p>Какие факторы определяют поведение потребителя в процессе принятия решения о покупке? а) семья; б) референтные группы; с) социальные роли и статус; д) мотивация; е) возраст и пол. Правильный ответ «а», «б», «с».</p>
15	<p>Что означает информационное влияние? а) что группа предоставляет потребителям нечто, с чем они могут сравнить свои убеждения, отношения и поведение; б) что группа является источником достоверной информации о марках и компаниях. Правильный ответ «б».</p>
16	<p>Что характеризует сознательный конформизм? а) моральную незрелость личности; б) моральную зрелость личности. Правильный ответ «б».</p>
17	<p>Чем обусловлено поведение конечных потребителей? а) характером и настоятельностью самих потребностей; б) мотивами;</p>

	<p>с) эмоциями; d) ожиданием удовольствия. Правильный ответ «а».</p>
18	<p>Назовите первый уровень личных потребностей: a) платежеспособные потребности; b) относительные; c) абсолютные. Правильный ответ «с».</p>
19	<p>Поведение конечных потребителей находится под постоянным влиянием каких факторов? a) социально-экономического характера; b) культурного характера; c) психологического характера; Правильный ответ «а», «b», «с».</p>
20	<p>По мнению какого психолога типология психологических характеристик покупателей насчитывает более 1,5 тыс. слов, обозначающих различные свойства типа личности: a) А.В. Петровский; b) Г.С. Андреева; c) К. Левин; d) П.К. Платонов. Правильный ответ «d».</p>
21	<p>У каких покупателей процессы восприятия протекают быстро: a) у необщительных; b) у общительных; c) у добродушных. Правильный ответ «b».</p>
22	<p>Какие типы покупателей выделяют по степени сенситивности и эмоциональной чувствительности: a) необщительный покупатель; b) общительный покупатель; c) застенчивый покупатель; d) добродушный покупатель. Правильный ответ «а», «с» и «d».</p>
23	<p>Какие типы покупателей выделяют: a) покупательница - женщина; b) покупатель – мужчина; c) покупатели - пожилые люди; d) покупатели - молодые люди; e) дети в роли покупателей; ж) родители в роли покупателей. Правильный ответ «а», «b», «с», «d», «е».</p>
24	<p>Какие типы покупателей бывают особенно ранимы, капризны и обидчивы? a) пожилые люди; b) подростки; c) дети. Правильный ответ «b».</p>
25	<p>Какие мотивы покупки различают: a) спонтанные; b) осознанные; c) неосознанные; d) рациональные; e) эмоциональные. Правильный ответ «b», «с», «d», «е».</p>

26	<p>Опыт маркетинговой деятельности показывает, что ориентация на полезные качества продукции требует глубокого знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) экономических факторов; b) эмоциональных факторов; c) мотивационных факторов; d) психологических факторов. <p>Правильный ответ «с», «d».</p>
27	<p>В какой зоне состояние людей отражает совокупность плохого настроения и пониженной активности?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) I b) II c) III d) IV <p>Правильный ответ «с».</p>
28	<p>Выберите правильный ответ. Взрывное развитие конфликта:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) действия оппонентов стремительны, прямолинейны; b) происходит практически без связи с репликами и реакциями второго участника конфликта; участники конфликта выбирают для себя определенную линию поведения; c) оппоненты как бы поочередно делают ходы, «разыгрывая» конфликт по правилам (иногда каждый по своим правилам). <p>Правильный ответ «b».</p>
29	<p>Торговое обслуживание - это:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) обслуживание потребителей, предоставление услуг, непосредственно направленных от человека к человеку; b) обслуживание материального характера, которое направлено не на человека, а на перемещение предметов (товаров) и косвенно воздействует на население, как на потребителей в целом, так и конкретно на каждого человека. <p>Правильный ответ «a», «b».</p>
30	<p>Под качеством торгового обслуживания подразумевается:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) создание на конкретном торговом предприятии наиболее благоприятных условий для выбора и приобретения товаров населением и оказание предусмотренных услуг; b) минимальное время, затраченное на приобретение товаров, и комфорт обслуживания; c) целый комплекс торгового обслуживания от формирования потребностей на изделие до окончательной подготовки его потребителю; d) оптимизация затрат для покупателей и для сферы обслуживания. <p>Все ответы верны.</p>
31	<p>Основные положения управления качеством касаются:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) сферы торгового обслуживания; b) сферы промышленного производства <p>Правильный ответ «b».</p>
32	<p>Кем впервые было введено понятие «воспринятое качество»?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) К. Левином; b) А. Парашураман; c) К. Гронрузом; d) Л. Берри. <p>Правильный ответ «с».</p>
33	<p>Кто является автором GAP-модели?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) К. Гронруз; b) А. Парашураман; c) А. Зайтамл; d) Л. Берри. <p>Правильный ответ «b», «с», «d».</p>

34	<p>Апперцепция - это:</p> <ol style="list-style-type: none"> относительное постоянство воспринимаемых величин, формы, цвета, предметов, людей; опознание объекта, отношение, роль прошлого опыта; восприятие одной и той же информации исходя из собственного опыта. <p>Правильный ответ «с».</p>
35	<p>Планируя телефонные продажи при работе с юридическими лицами нужно учитывать, что первый звонок:</p> <ol style="list-style-type: none"> персонализированный; ознакомительный; представительный. <p>Правильный ответ «b».</p>
36	<p>Кто сказал, что «психология телефонного контакта и формирование подсознательного доверия, возможно, прежде всего, на основе прямой подстройки, т.е. отражения дыхания собеседника через речь»:</p> <ol style="list-style-type: none"> Х. Сильва; Э. Бернд; В. Тараненко; А.Н. Моховиков. <p>Правильный ответ «d».</p>

2.4. Домашние задания

№	Формулировка задания
1	<p>Раздел 1. Введение в психологию продаж</p> <p>Раскройте содержание следующих тем с использованием электронной презентации:</p> <ol style="list-style-type: none"> Определение, предмет и объект психологии продаж. Место психологии продаж в системе психологического знания. Проблематика психологии продаж. Опишите специфику предмета и объекта психологии продаж. Выделите основные проблемы самоопределения психологии продаж как самостоятельной дисциплины. Укажите и охарактеризуйте центральные проблемы психологии продаж. Опишите продажи как передачу ценностей.
2	<p>Раздел 2. Психологические особенности процесса покупки-продажи</p> <p>Тема 2.1. Психологические особенности процесса покупки-продажи</p> <p>Раскройте содержание следующих тем с использованием электронной презентации:</p> <ol style="list-style-type: none"> Кто такой покупатель? Что такое «тип личности»? Понятие о социальной группе. Что такое первичные и референтные группы? Понятие о статусе и социальной роли. Что такое «конформизм»? Понятие о культуре и субкультуре. Какие типы покупателей вы знаете? Типы покупателей по скорости реакции на товарную новинку. Как вы себе представляете следующие типы покупателей: покупатель-женщины; покупатель-мужчины; пожилые покупатели; молодые покупатели; дети с родителями и дети в роли покупателей. Смоделируйте соответствующие ситуации с участием данных типов покупателей. Виды потребностей. Социальные и личные ценности. Стиль жизни. Типы потребителей по стилю жизни. Интересы и мотивы. Типы покупателей по критериям способности к риску. Понятие психографии.

	<p>15. Этапы процесса покупки. Какие факторы влияют на совершение покупки. Смоделируйте соответствующие ситуации.</p> <p>16. Виды покупок.</p> <p>17. Профессиональная тактика продавца в процессе покупки. Тактические формулы профессионального поведения продавца в процессе покупки.</p> <p>18. Система показателей уровня обслуживания покупателей.</p> <p>19. В чем отличие типологии потребителей от типологии поведения покупателей?</p> <p>20. Типы темперамента по Гиппократу-Павлову. Какое значение они имеют в психологии продаж?</p> <p>21. Назовите типы конституции по Э. Кречмеру и их роль в психологии продаж.</p> <p>22. Психологические типы по К.Г. Юнгу и И. Майерс-Бриггс в психологии продаж.</p> <p>23. Какие риски существуют при покупках?</p> <p>24. Проведите анализ мотивов потребителей.</p> <p>25. Каковы психологические особенности отечественного потребителя?</p> <p>26. Опишите этапы сделки.</p> <p>27. Сегментирование по стилям жизни с помощью метода VALS.</p> <p>28. Методы оценки принадлежности потребителя к определенному социальному классу.</p> <p>29. Влияние возраста и этапа жизненного цикла семьи на потребительское поведение.</p> <p>30. Роли членов семьи в принятии решения о покупке.</p> <p>31. Методы потребительской социализации детей и стадии процесса потребительской социализации.</p> <p>32. Категории покупателей по степени приверженности бренду. Влияние отношения к бренду на поведение потребителя.</p> <p>33. Процесс принятия решения потребителем в случае первой покупки и повторных покупок.</p> <p>34. Характеристика послепокупочного поведения потребителя, в том числе потребительского диссонанса.</p> <p>35. Этапы процесса закупки продукции организационными покупателями.</p> <p>36. Основные факторы, влияющие на поведение организационных покупателей.</p> <p>37. Принципы повышения эффективности продаж. Этапы взаимодействия с покупателями в процессе личной продажи.</p> <p>38. Типы поведения продавца в процессе личной продажи.</p> <p>39. Принципы и правила профессионального поведения продавца. Инструменты воздействия на покупателей.</p>
3	<p>Тема 2.2. Возражения покупателя и их обработка</p> <p>1. Проанализируйте виды сопротивления клиента.</p> <p>2. Приведите примеры психологизации сопротивления клиента и объясните его с помощью универсальных психотерапевтических механизмов.</p> <p>3. Приведите примеры типологии вопросов и логических уровней.</p> <p>4. Проанализируйте этапы обработки возражения: шестишаговая трансформация, или рефрейминг; три шага обработки возражения (по Г.С. Гудмену); этапы обработки возражений с точки зрения психотерапевтического воздействия коммерсанта. Смоделируйте соответствующие ситуации.</p> <p>5. Проанализируйте приемы обработки возражений: общие, частные, тактические. Приведите примеры.</p> <p>6. Приведите примеры типовых возражений покупателя, связанные с недостаточностью мотивации, и их обработки.</p> <p>7. Приведите примеры типовых возражений покупателя, связанные с недостаточностью ресурсов, и их обработки.</p> <p>8. Приведите примеры типовых возражений покупателя, связанные с конкуренцией, и их обработки.</p> <p>9. Приведите примеры типовых приемов нейтрализации возражения по поводу</p>

	<p>цены.</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Раскройте сущность возражения покупателей. 11. Приведите пример вариантов протекания высказываний возражений. 12. Рассмотрите особенности возражений с психоаналитической точки зрения. 13. Приведите примеры сопротивления контакту, сопротивления нововведениям, сопротивления предложению, сопротивления насыщению, эмоционального сопротивления, сопротивления, связанного с прошлым негативным опытом, финансового сопротивления, сопротивления принятию решения. 14. Рассмотрите роль механизмов психологической защиты, на основе которых реализуется сопротивление. 15. Рассмотрите особенности разрешения противоречий и путь преодоления возражений. 16. Рассмотрите сущность понятий «активное слушание», «рефрейминг», «экологическая проверка» и «совместная деятельность», с точки зрения психотерапевтического воздействия коммерсанта. 17. Приведите примеры рационального переубеждения, эмоционального переубеждения, образного переубеждения, комплексного переубеждения, как приемов обработки возражений. 18. Раскройте сущность прямой суггестии, метафоры, линии времени, столкновения, рефрейминга контекста, полярности, рефрейминга содержания, многократного повторения, сублимации и отреагирования, как приемов обработки возражений. 19. Приведите примеры встречных вопросов, тайм-аута, двойственности и идентификации, как приемов обработки возражений. 20. Раскройте сущность правила Гомера, правила Сократа и правила Паскаля. 21. Приведите примеры обработки основных возражений покупателей по Г.С. Гудмену, Р. Денни и М. Оховену. 22. Приведите примеры возражений по цене и приемы улаживания разногласий продавца и покупателя.
4	<p>Раздел 3. Конфликт продавцов и покупателей</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте поведение покупателя в зоне покупки. 2. Проанализируйте поведение покупателя при хорошем настроении и низкой активности. 3. Проанализируйте поведение покупателя при плохом настроении и низкой активности. 4. Проанализируйте поведение покупателя в зоне конфликта. 5. Предложите пример того, как влияют состояния продавца и покупателя на результат их взаимодействия. 6. Проанализируйте взаимодействие участников конфликта по принципу параллелограмма. 7. Предложите различные варианты взаимодействия участников конфликта в шкале их отношений. 8. Проанализируйте способы развития конфликта в коммерческой деятельности. 9. Проанализируйте варианты исхода конфликта в коммерческой деятельности. <p>Привести примеры.</p>
5	<p>Раздел 4. Продажи по телефону</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте, какое место занимают телефонные продажи среди почтовой рассылки и личными (персональными) продажами? 2. Что необходимо активно использовать продавцу предварительно, перед звонком? 3. Когда телефонные переговоры эффективны? 4. Что необходимо учитывать, планируя телефонные продажи? 5. Смоделируйте сценарий телефонного диалога. 6. На основе чего возможна психология телефонного контакта и формирование подсознательного доверия. 7. Приведите пример использования эриксоновских суггестивных техник в теле-

	<p>фонных переговоров. Смоделируйте соответствующие ситуации.</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Создайте сценарий телефонного диалога с опорой на «узловые» пункты. 9. Смоделируйте схему телефонного разговора, рекомендуемую школой продаж по методу Х. Сильва. 10. Приведите пример подстройки в телефонном разговоре. 11. Проанализируйте сценарий телефонного диалога для мотивированного преодоления критических фильтров восприятия (по Г.С. Гудмену). 12. Разработайте сценарии телефонных переговоров с использованием эриксоновских суггестивных техник.
6	<p>Раздел 5. Психологические и этические стороны межличностных коммуникаций в профессиональной торговой деятельности</p> <p>Тема 5.1. Межличностные коммуникации в профессиональной торговой деятельности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте, в чем заключается проблема качества торгового обслуживания? 2. Раскройте сущность понятий «качество торгового обслуживания», «культура торговли», «культура обслуживания», «уровень обслуживания». Что лежит в их основе? 3. От чего зависит качество торгового обслуживания? 4. Какой системой показателей оценивается качество торгового обслуживания как характеристика деятельности отдельного предприятия? 5. Раскройте сущность понятия «воспринятое качество», введенное К. Гронрузом. 6. Рассмотрите систему показателей качества обслуживания покупателей на предприятиях розничной торговли. 7. Что является важнейшим элементом розничной торговли? 8. Что оказывает определяющее влияние на восприятие покупателями уровня обслуживания со стороны сотрудников магазина? 9. Проанализируйте основные положения управления качеством. 10. Проанализируйте модель качества К. Гронруза. 11. Проанализируйте GAP-модель А. Парашураман, А. Зайтамл и Л. Берри. 12. Из каких составляющих складывается микромир предприятия?
7	<p>Тема 5.2. Тренинг телесно-ориентированной презентации</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализируйте виды общения. 2. Приведите примеры ритуалов приветствий с точки зрения Э. Берна. 3. Проанализируйте невербальные способы информации. 4. Смоделируйте ситуацию с плохой обратной связью и с неумением слушать. 5. Проанализируйте структуру общения. 6. Рассмотрите психологические приемы формирования аттракции. Смоделируйте ситуации.

3. Описание критериев оценивания для каждого оценочного средства

Предмет оценки (продукт или процесс)	Показатель оценки	Критерии оценки	Шкала оценки	
			Академическая оценка /уровень освоения компетенции	Уровень освоения компетенции
Ответ на зачёте (теоретические вопросы)	Правильность ответов	Обучающийся показывает полное знание всего учебного материала по дисциплине; свободно оперирует материалом, выходит за пределы тематики, конкретного вопроса с целью оптимально широкого освещения вопроса; демонстрирует знания дополнительного материала; дает четкие правильные ответы на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объем знаний обучающегося.	Высокий (отлично)	освоена
		Обучающийся ответил и на поставленные вопросы, и на дополнительные вопросы, но показал недостаточное знание всего учебного материала по дисциплине, выражающееся в слишком общем соответствии обучающимся материалу учебника, лекций и практических занятий	Продвинутый (хорошо)	
		Обучающийся давал нечеткие ответы, не дал ответа на дополнительные вопросы, задаваемые экзаменатором с целью выяснить объем знаний обучающегося, показал недостаточное знание всего учебного материала по дисциплине, выражающееся в отсутствии соответствия изложенного обучающимся материалу учебника, лекций и практических занятий	Базовый (удовлетворительно)	
		Обучающийся не ответил на поставленные вопросы, отсутствие подготовки к зачету или отказ обучающегося от сдачи зачета		
Результаты тестирования	Правильность ответов при тестировании	Обучающийся ответил на 85-100 % вопросов	Высокий (отлично)	освоена
		Обучающийся ответил на 65-84 % вопросов	Продвинутый (хорошо)	
		Обучающийся ответил на 30-64 % вопросов	Базовый (удовлетворительно)	
		Обучающийся ответил на 0-29 % вопросов		не освоена
Контрольная работа	Раскрытие темы, выполнение работы в соответствии с	Цельно и полно изложен материал, имеется логическая последовательность его изложения; правильно обоснована ее актуальность; имеется полнота охвата литературных источников. А также учитывается умение использовать эмпирический материал других иссле-	Высокий (отлично)	компетенция освоена

	требованиями	дований; самостоятельность работы, оригинальность в осмыслении материала; язык и стиль работы; корректность цитирования, составление библиографии и техническое оформление работы		
		Полно изложен материал, имеется логическая последовательность его изложения; обоснована ее актуальность; имеется список литературных источников. Эмпирический материал других исследований использован недостаточно; язык и стиль работы находятся на высоком уровне, но присутствует недостаточная корректность цитирования. Техническое оформление работы находится на высоком уровне	Продвинутый (хорошо)	
		Изложенный материал представлен недостаточно полно, но сохранена логическая последовательность изложения, явно прослеживается недостаточный анализ научной литературы по данной теме, что сказывается на небольшом количестве сносок. Язык и стиль носят не совсем научную окраску. Техническое оформление работы представлено не достаточно грамотно	Базовый (удовлетворительно)	
		Тема не раскрыта, содержание не соответствует заявленной теме; отсутствует актуальность; нет логической последовательности в изложении материала; язык и стиль носят не научный характер. Техническое оформление работы не соответствует требованиям, предъявляемым к написанию контрольных работ		компетенция не освоена
Домашнее задание	Правильность, лаконичность и полнота решения задачи	Обучающийся ответил на 85-100 % вопросов	Высокий (отлично)	освоена
		Обучающийся ответил на 65-84 % вопросов	Продвинутый (хорошо)	
		Обучающийся ответил на 30-64 % вопросов	Базовый (удовлетворительно)	
		Обучающийся ответил на 0-29 % вопросов		не освоена

4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций/индикаторов компетенций

Оценка знаний, умений, навыков, характеризующая этапы формирования компетенций по дисциплине «Психология продаж» проводится в форме текущей и итоговой аттестации.

Контроль текущей успеваемости обучающихся – текущая аттестация – проводится в ходе семестра, практических занятий с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний; формирования у них умений и навыков; своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке; совершенствованию методики обучения; организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К контролю текущей успеваемости относятся проверка знаний, умений и навыков обучающихся:

- на занятиях (тестирование, домашнее задание);
- по результатам выполнения индивидуальных заданий (контрольная работа);
- по результатам проверки качества конспектов лекций и иных материалов.

Итоговая аттестация по дисциплине проводится с целью выявления соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине «Психология продаж» требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 37.03.01 Психология в форме зачета с оценкой. Зачет (с оценкой) проводится после завершения изучения дисциплины в полном объеме, предусмотренном рабочей программой дисциплины, согласно календарному плану учебного процесса по утверждённым билетам, которые содержат два теоретических вопроса.

Все виды текущего и тематического контроля осуществляются на практических занятиях.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков.
3. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего и итогового контроля по дисциплине для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице:

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика процедуры оценивания компетенций	Представление оценочного средства в фонде
1.	Зачет с оценкой	Проводится в заданный срок, согласно графику учебного процесса. При выставлении оценок учитывается уровень приобретенных компетенций обучающегося. Компонент «знать» оценивается теоретическими вопросами по содержанию дисциплины, компоненты «уметь» и «владеть» - практикоориентированными заданиями	Комплект вопросов к зачету
2.	Тест	Проводится на семинарских занятиях. Позволяет оценить уровень знаний	Фонд тестовых заданий

		обучающихся теоретического материала по дисциплине. Осуществляется на бумажных или электронных носителях по вариантам. Количество вопросов в каждом варианте определяется преподавателем. Отведенное время на подготовку определяет преподаватель.	
3.	Контрольная работа	<p>Цель контрольной работы - сформировать умение пользоваться научной и методической литературой, самостоятельно анализировать ее, излагать изученный материал в письменном виде. Это продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.</p> <p>Тематика контрольных работ выдается на занятии, выбор темы обучающийся осуществляет самостоятельно. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. Результаты озвучиваются на семинарском занятии, регламент – 7 мин. на выступление.</p> <p>Контрольная работа может быть либо зачтена, либо не зачтена. Однако каждый преподаватель учебной дисциплины для собственной отчетности оценивает работу по 5-ти бальной шкале.</p>	Примерные темы контрольных работ
4.	Домашние задания	<p>Проводится на семинарских занятиях. Позволяет оценить уровень знаний обучающихся теоретического материала по дисциплине. Подготовка осуществляется во внеаудиторное время. Результаты озвучиваются на семинарском занятии, регламент – 15 мин. на выступление</p> <p>В оценивании результатов наравне с преподавателем принимают участие обучающиеся группы.</p>	Перечень тем для написания домашнего задания.