Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ермаков Алексей Викторович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 07.11.2026 18:18:01
Уникальный программный ключ:
820dd736c6564d02e9f00c4043156a3692b52b7e

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО ДОНСКОЙ ГАУ)

УТВЕРЖДАЮ
Врио проректора по УР и ЦТ
_____Ширяев С.Г.
«24» марта 2026 г.
м.п.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Психология продаж

Направление подготовки	**38.03.07 Товароведение**
Направленность программы	**Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров**
Форма обучения	**очная, очно-заочная**

Программа разработана:

Лосевская С.А. _____ доцент канд.с.х.наук. доцент
(подпись) (должность) (степень) (звание)

Рекомендовано:

Заседанием кафедры экономики и товароведения
протокол заседания от 17.03.2026 г № 10 Зав. кафедрой _____ Бунчиков О.Н.
(подпись)

п. Персиановский, 2026 г.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Планируемый процесс обучения по дисциплине, направлен на формирование следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

-Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке(ПК-2)

Индикаторы достижения компетенций

Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции (ПК-2.4)

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки38.03.07Товароведение,направленность Товароведение и экспертиза в сфере производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров представлены в таблице.

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения	
		Код и наименование индикатора достижения компетенции	Формируемые знания, умения и навыки
ПК-2/2.4	Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке	ПК 2.4 Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	*Знание:* технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции
			Умение: регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции
			Навык и / или опыт деятельности: владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

2. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Семестр	Трудоемкость З.Е. / час.	Контактная работа с преподавателем			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации (экз./зачет с оценк./зачет)
		Лекций, час.	Практич. занятий, час.	Контактная работа на промежуточную аттестацию,час.		
очно-заочная форма обучения 2022;2023,2024;2025 год набора						
5/А	3/108	14	28	0,2	65,8	Зачет
очная форма обучения 2026 год набора						
4/8	3/108	28	28	0,2	51,8	Зачет

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Структура дисциплины состоит из разделов (тем):

Структура дисциплины			
Раздел 1. «Ведение в психологию продаж»	**Раздел 2.** «Этапы продаж»	**Раздел 3.** «Психологические техники персональных и прямых продаж»	**Раздел 4. «**Выявление потребностей клиента»
Раздел 5. «Работа с возражениями клиента»	**Раздел 6. «**Методы завершения сделки»	**Раздел 7. «**Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж»	**Раздел 8. «**Стрессоустойчивость как профессионально-важное качество специалиста сферы продаж»
Раздел 9. «Потребительское поведение»			

Содержание занятий лекционного типа по дисциплине, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов занятий:

№	**Наименование раздела (темы) дисциплины**	**Краткое содержание раздела**	**Кол-во часов/форма обучения**	
			очно-заочно	**очно**
			2022/23/ 2024/25	**2026**
1.	**Раздел 1.** «Ведение в психологию продаж»	Тема 1. Понятие и виды продаж. Общая характеристика процесса продажи. Тема 2. Коммуникативный аспектпродаж	2	2
2.	**Раздел 2.** «Этапы продаж»	Тема 1. Продажа как система. Пятьэтапов продажи. Тема 2. Поиск клиентов. Установление контакта.	2	2
3.	**Раздел 3.** «Психологические техники персональных и прямых продаж»	Тема 1. Методы «преодоленияскретаря». Тема 2. Психологические аспекты клиенториентированной продажи.Тема 3. Схема AIDA. Тема 4. Приёмы привлечения внимания и создания первоначальногоинтереса. Тема 5. Принципы эмпатического взаимодействия с клиентом.	2	2
4.	**Раздел 4. «**Выявление потребностей клиента»	Тема 1. Потребности, мотивы, ин-тересы клиентов. Тема 2. Методы выявления по-требностей.	2	2

5.	**Раздел 5.** «Работа с возражениями клиента»	Тема 1. Виды возражений. Тема 2. Классификация возражений. Тема 3. Методы «преодоления»возражений.	2	4
6.	**Раздел 6. «**Методы завершения сделки»	Тема 1. Трудности, возникающиепри завершении сделки. Тема 2. Альтернативные приемызавершение сделки.	1	4
7.	**Раздел 7. «**Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж»	Тема 1. Управление продажами. Тема 2.Управление покупательской активностью. Тема 3. Методы стимулированияторгового персонала. Тема 4. Материальная и нематериальная мотивация торгового персонала.	1	4
8.	**Раздел 8. «**Стрессоустойчивость как профессионально-важное качество специалиста сферы продаж»	Тема 1. Стресс и стрессоустойчивость: соотношение понятий. Тема 2. Факторы риска возникно-вения синдрома эмоционального выгорания у специалистов сферыпродаж. Тема 3. Методы развития стрессо-устойчвости. Тема 4. Методы профилактики эмоционального выгорания.	1	4
9.	**Раздел 9. «**Потребительское поведение»	Тема 1.Особенности психологииспроса. Тема 2. Факторы, влияющие напотребительский выбор. Тема 3.Гендерные различия в поведении потребителей	1	4
Итого			14	28

Содержание практических занятий по дисциплине, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов занятий:

№	Наименование раздела (темы) дисциплины	№ и название семинаров / практических занятий / лабораторных работ. *Элементы практической подготовки*	Вид текущего контроля	Кол-во часов/форма обучения	
				очно-заочно	очно
				2022/23/2024/2025	2026
1.	**Раздел 1.** «Ведение в психологию продаж»	Тема 1. Понятие и виды продаж. Общая характеристика процесса продажи. Тема 2. Коммуникативный аспект продаж	Устный опрос	2	2
2.	**Раздел 2.** «Этапы продаж»	Тема 1. Продажа как система. Пять этапов продажи. Тема 2. Поиск клиентов. Установление контакта. ***Элементы практической подготовки: отработка установление контакта с клиентами***	Тестирование	2	2
3.	**Раздел 3.** «Психологические техники персональных и прямых продаж»	Тема 1. Методы «преодоления секретаря». Тема 2. Психологические аспекты клиенториентированной продажи. Тема 3. Схема AIDA. Тема 4. Приёмы привлечения внимания и создания первоначального интереса. Тема 5. Принципы эмпатического взаимодействия с клиентом. ***Элементы практической подготовки:*** *отработка приемов привлечения внимания, принципа эмпатического взаимодействия с клиентом.*	Устный опрос Тестирование	4	4
4.	**Раздел 4.** «Выявление потребностей клиента»	Тема 1. Потребности, мотивы, интересы клиентов. Тема 2. Методы выявления потребностей. ***Элементы практической подготовки:*** *уметь выявлять потребностей* ***потребителя***	Тестирование	4	4
5.	**Раздел 5.** «Работа с возражениями клиента»	Тема 1. Виды возражений. Тема 2. Классификация возражений. Тема 3. Методы «преодоления» возражений. ***Элементы практической***	Устный опрос	2	2

		подготовки: *отработка умений возражения*			
6.	**Раздел 6.** «Методы завершения сделки»	Тема 1. Трудности, возникающие при завершении сделки. Тема 2. Альтернативные приемы завершение сделки. ***Элементы практической подготовки: отработка***	Устный опрос	4	4
7.	**Раздел 7.** «Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж»	Тема 1. Управление продажами. Тема 2.Управление покупательской активностью.Тема 3. Методы стимулирования торгового персонала. Тема 4. Материальная и нематериальная мотивация торгового персонала. ***Элементы практической подготовки:*** *отработка умения стимулировать торговый персонал*	Устный опрос Тестирование	2	2
8.	**Раздел 8.** «Стрессоустойчивость как профессионально- важное качество специалиста сферы продаж»	Тема 1. Стресс и стрессоустойчивость: соотношение понятий. Тема 2. Факторы риска возникновения синдрома эмоционального выгорания у специалистов сферыпродаж. Тема 3. Методы развития стрессоустойчвости. Тема 4. Методы профилактики эмоционального выгорания. ***Элементы практической подготовки:*** *отработка стрессоустойчивости в профессиональной деятельности*	Тестирование	4	4
9.		Тема 1.Особенности психологии спроса. Тема 2. Факторы, влияющие на потребительский выбор. Тема 3.Гендерные различия в поведении потребителей	Устный опрос	4	4
Итого				28	28

Содержание самостоятельной работы обучающихся по дисциплине, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов самостоятельной работы:

№	Наименование раздела (темы) дисциплины	Вид самостоятельной работы	Кол-во часов/форма обучения	
			очно-заочно	очно
			2022/23/2024/2025	2026
1.	**Раздел 1.** «Введение в психологию продаж»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	7	6
2.	**Раздел 2.** «Этапы продаж»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	8	6
3.	**Раздел 3.** «Психологические техники персональных и прямых продаж»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	7	6
4.	**Раздел 4. «**Выявление потребностей клиента»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	8	6
5.	**Раздел 5.** «Работа с возражениями клиента»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	8	6
6.	**Раздел 6. «**Методы завершения сделки»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	7	6

7.	**Раздел 7. «**Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	7	6
8.	**Раздел 8.** «Стрессоустойчивость как профессионально важное качество специалиста сферы продаж»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	7	4
9.	**Раздел 9. «**Потребительское поведение»	Подготовка к практическим занятиям. Написание реферата и/или доклада. Решение ситуационных задач. Подготовка презентаций. Подготовка к тестированию. Подготовка к зачету.	6,8	5,8
Контактные часы на промежуточную аттестацию			0,2	0,2
Итого			65,8	51,8

4. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине обеспечивается:

№ раздела дисциплины. Вид самостоятельной работы	**Наименование учебно-методических материалов**	**Количество в библиотеке / ссылка на ЭБС**
Раздел 1. «Веде-	Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 524 с. — ISBN 978-5-394-04325-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229244. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229244
	Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154536. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/154536
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-394-04470-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229685. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229685
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие : учебное	https://e.lanbook.com/book/229682

	пособие / М. А. Измайлова. — Москва : Дашков и К, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-394-04213-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229682. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	
Раздел 2. «Этапы продаж»	Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 524 с. — ISBN 978-5-394-04325-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229244. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229244
	Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154536. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/154536
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-394-04470-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229685. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229685
Раздел 3. «Психологические техники персональных и прямых продаж»	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие : учебное пособие / М. А. Измайлова. — Москва : Дашков и К, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-394-04213-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229682. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229682
Раздел 4. «Выявление потребностей клиента»	Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 524 с. — ISBN 978-5-394-04325-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229244. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229244
	Самсонова, Е. Танец продавца. Психотехнологии продаж : [12+] / Е. Самсонова. – Киев : Мультимедийное Издательство Стрельбицкого, 2014. – 307 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240171 . – Текст : электронный.	http://biblioclub.ru/index.php ?page=book&id=240171

	Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154536. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/154536
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-394-04470-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229685. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229685
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие : учебное пособие / М. А. Измайлова. — Москва : Дашков и К, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-394-04213-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229682 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229682
Раздел 5. «Работа с возражениями клиента»	Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 524 с. — ISBN 978-5-394-04325-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229244. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229244
	Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154536 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/154536
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-394-04470-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229685. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229685
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие : учебное пособие / М. А. Измайлова. — Москва : Дашков и К, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-394-04213-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229682. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229682

Раздел 7. «Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж»	Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 524 с. — ISBN 978-5-394-04325-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229244. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229244
	Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154536. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/154536
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-394-04470-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229685. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229685
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие : учебное пособие / М. А. Измайлова. — Москва : Дашков и К, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-394-04213-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229682. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229682
Раздел 9. «Потребительское поведение»	Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 524 с. — ISBN 978-5-394-04325-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229244. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229244
	Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154536. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/154536

	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-394-04470-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229685 . — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229685
	Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие : учебное пособие / М. А. Измайлова. — Москва : Дашков и К, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-394-04213-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229682. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229682

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер/ индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или ее ча-сти)	Врезультате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		I этап Знать	II этап Уметь	III этап Навыки (или)опыт деятельности
ПК-2/2.4	Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	- регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Описание шкалы оценивания сформированности компетенций

Компетенциинаразличныхэтапахихформированияоцениваютсяшкалой:«зачтено»,«незачтено»в формезачета.

1.2.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования

Результат обу-	***Критериипоказателиоцениваниярезультатовобучения***

чения подисциплине	*«незачтено»*	*«зачтено»*		
Iэтап **Знать** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции **(ПК-2/2.4)**	**Фрагментарные знания-** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции **/Отсутствие знаний**	**Неполные знания** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**Сформированные,носодержащие отдельные пробелызнания** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**Сформированныеисистематические знания** технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции
IIэтап **уметь** - регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции**(ПК-2/2.4)**	**Фрагментарное умение** - регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции -	**В целом успешное, но не систематическоеумение-** регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**Вцеломуспешное,носодержащее отдельные пробелыумение-** регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**Успешноеисистематическое умение** - регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции
IIIэтап **Владетьнавыками** владения технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции **(ПК-2/2.4)**	**Фрагментарное применение Навыков** владения технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции **Отсутствие навыков**	**В целом успешное, но не систематическое применениенавыков** владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**Вцеломуспешное,нонесистематическое применениенавыков** владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции	**Вцеломуспешное,нонесистематическое применение навыков** владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины, и включает устный опрос, тестирование, письменные контрольные работы.

Вопросы для подготовки к зачёту

1. Круг вопросов, решаемых психологией продаж.
2. Роль психологической подготовки в продажах.

3. Типологии потребителей.
4. Консервативные потребители и экспериментаторы.
5. Клиент-ориентированный подход в продажах.
6. Спонтанные и запланированные покупки.
7. Теория поколений в психологии продаж.
8. Потребности и спрос.
9. Теория мотивации в продажах.
10. Маркетинговая теория спроса.
11. Понятие общения и понятие делового общения.
12. Коммуникативная компетентность.
13. Этика делового общения.
14. Приемы повышения эффективности публичного выступления.
15. Различие формального и неформального общения.
16. Особенности партнерских переговоров.
17. Роль неформального общения в партнерских переговорах.
18. Этнические особенности ведения переговоров.
19. Методы убеждения и внушения.
20. Конфликты: теоретические подходы к проблеме конфликтов.
21. Типы конфликтов.
22. Стратегии поведения в конфликте.
23. Методы выхода из конфликта.
24. Приемы «бесконфликтного» поведения.
25. Особенности телефонных переговоров.
26. Техники, повышающие эффективность «холодного звонка».
27. Психологические качества, необходимые продающему менеджеру.
28. Типологии продающих менеджеров.

29. Психологическое выгорание в работе менеджера.
30. Психологическая деформация личности и методы превенции.
31. Стиль продаж и организационная культура.
32. Индивидуальный и групповой стили организации продаж.
33. Особенности индивидуальных продаж.
34. Особенности групповых продаж.
35. Техники продаж, психологические приемы в продажах.
36. Методы убеждения в продажах. 22
37. Эмпатийные техники в продажах.
38. Стиль ведения продаж и типы потребителей.
39. Наставничество в продажах.
40. Психологические методы подхода к клиенту.
41. Психология ценообразования.
42. Приёмы преподнесения цены на товар как наиболее выгодной.
43. Психологические приемы в организации торгового пространства.
44. Психология риска в бизнесе.
45. Образ компании и его презентация, корпоративная культура.
46. Психологические методы в рекламе и маркетинге.
47. Психология восприятия и реклама.
48. Психология памяти и реклама.
49. Эмоциональное и внушающее воздействия в рекламе.
50. Эффект «ореола» в рекламе.

Примерные темы рефератов / докладов

1. Личностные качества успешного продающего менеджера.
2. Типология потребителей и стили потребления.
3. Стили ведения продаж и корпоративный стиль.
4. Коммуникативная компетентность в продажах.
5. Методы работы с возражениями и сложными ситуациями.
6. Психология общения в бизнесе.
7. Теория НЛП и бизнес-переговоры.
8. Взгляды Д. Карнеги на ведение деловых переговоров.
9. Клинт-ориентированный подход и психология общения.
10. Практические приемы ведения личных продаж.
11. Модели покупательского поведения.
12. Понятия деятельности, интересов и мнений потребителя и образа жизни.
13. Процесс эволюции потребителей.
14. Методы измерения степени удовлетворения потребителя.
15. Ситуативные факторы в процессе принятия решения о покупке.
16. Методы оценки принадлежности потребителя к определенному сегменту целевой аудитории.
17. «Возвращаемость» клиентов, методы «закрепления» потребителя.
18. Влияние возраста и этапа жизненного цикла семьи на потребительское поведение.
19. Принципы повышения эффективности продаж.
20. Этапы взаимодействия с покупателями в процессе личной продажи.
21. Категории покупателей по степени приверженности бренду.
22. Принципы и правила профессионального поведения продавца. Инструменты воздействия на покупателей.
23. Правила общения с покупателями по телефону.
24. Избирательное воздействие, избирательное понимание, избирательное запоминание.
25. Психологические приёмы в рекламе.

Тестовые задания

1. Система индивидуальных продаж предполагает:
а) конкуренцию между менеджерами;
б) наличие адекватных способов решения конфликтов;
в) наличие большого фонда заработной платы;
г) снижение продаж.

2. Профессия менеджера по продажам предполагает наличие следующих значимых психологических черт:
а) коммуникабельности, доброжелательности и стрессоустойчивости;
б) коммуникабельности, экстраверсии и лидерских качеств;
в) лидерских качеств, умения настаивать на своем; 16
г) эмоциональной стабильности и умения просчитать грядущие выгоды.

3. Командная система продаж требует: а) наличия тесных неформальных связей в группе;
б) наличия в группе авторитарного лидера;
в) наличия высокой групповой сплоченность;
г) желания каждого сотрудника продать больше остальных.

4. Желание пробовать новые продукты свойственно:
а) потребителям типа "экспериментатор";
б) потребителям типа "консерватор";
в) потребителям-женщинам;
г) потребителям, которые мало понимают в продукте.

5. Импульсивные покупки – это:
а) покупки, импульсом к которым послужила удачная реклама продукта;
б) покупки, совершаемые импульсивными потребителями;
в) покупки дефицитных товаров;
б) незапланированные покупки, свершаемые под влиянием настроения.

6. Позитивная роль конкуренции заключается:
а) в регуляции динамики цен;
б) в стимуляции к развитию сервиса;
в) в создании атмосферы гонки;
г) в разрушении групповых стереотипов.

7. Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке по следующей причине:
а) клиент пытается манипулировать;
б) запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств;
в) клиент не умеет считать свои деньги;
г) клиент относится к категории состоятельных.

8. Наиболее важным качеством, которое должен проявить менеджер по продажам при поступлении рекламации, является:
а) сострадание к покупателю;
б) умение парировать агрессивные высказывания;
в) спокойствие и понимание состояния клиента;
г) умение переложить ответственность на коллегу.

9. Неспешное ведение деловых переговоров свойственно:
а) странам Бенелюкс;
б) странам Азии;
г) странам Латинской Америки;
д) странам Скандинавии.

10. Большего успеха в деловых переговорах можно добиться, если:
а) внимательно слушать собеседника, не перебивать его и отвечать ему на его вопросы кос-

венно;
б) внимательно прислушиваться к собеседнику и говорить с ним, используя его же словесные обороты;
в) стараться не слушать собеседника, но больше говорить самому и настаивать на своем;
г) смотреть на переносицу собеседника и пытаться мысленно подчинить его себе.

11. Задачи менеджера по продажам на многопрофильной выставке: 17
а) продавать как можно больше;
б) установить как можно больше неформальных контактов;
в) продвигать свою компанию и ее продукцию;
г) устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.

12. Работа по возвращению клиентов – это:
а) умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности;
б) умение приносить извинения за некачественную работу компании;
в) умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой;
г) умение внушать.

13. Отправляясь на первую встречу с потенциальным клиентом и не обладая информацией о традициях данной фирмы относительно служебной одежды сотрудников и их внешнего вида, менеджер по продажам должен одеться:
а) в дорогой костюм в классическом стиле и использовать броские аксессуары для того, чтобы наверняка запомниться партнерам;
б) в джинсы и джемпер темных тонов;
в) в не слишком новый, но опрятный и выглаженный костюм в классическом стиле;
г) стиль одежды не имеет значения.

14. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:
а) продажа;
б) создание благоприятного впечатления о себе и своей компании;
в) достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии;
г) определение его психологического типа.

15. Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:
а) харизматичность менеджера по продажам;
б) давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом;
в) высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях;
г) наличие лидерских качеств у продающего менеджера.

16. Решение конфликта, кода обе стороны получают только часть желаемого, а в остальном уступают партнеру, называется:
а) интеграция;
б) полифония;
в) анфас;
г) компромисс.

17. Реклама:
а) разрушает стереотипы потребителя;
б) доносит правдивую информацию о товаре до потребителя;
в) расширяет наши представления о новых товарах и технологиях;
г) создает образ товара.

18. Самая большая продолжительность телерекламы среди европейских стран согласно закону наблюдается:
а) в России;
б) в Германии;
в) во Франции;
г) в США.

19. Стиль жизни – это:
а) стереотипные представления о поведении личности, ее интересах, убеждениях, действиях;
б) устоявшаяся форма бытия человека в мире, находящая своё выражение в его деятельности, интересах, убеждениях;
в) система мотивов человека;
г) модные тенденции, которые человек внедряет в свою жизнь.

20. В системе VALS потребители, которыми руководят внешние факторы, подразделяются на следующие группы:
а) «принадлежащие другим», «подражающие», «преуспевающие»;
б) «принадлежащие другим», «принадлежащие себе»;
в) «подражающие», «преуспевающие»;
г) «подражающие», «преуспевающие», «догоняющие».

21. В теории В. Д. Уэллси Дж. Гьюбара, потребительские типы выделены на основании:
а) их участия принятии решения о покупке и использования купленного товара;
б) их передовых или консервативных взглядов;
в) экономности или ориентации на качество;
г) возраста и пола.

22. «Инициатор» покупки – это:
а) человек, заинтересованный в продукте, осведомленный о нем и собирающий информацию об атрибутах потенциальной покупки;
б) человек, который платит деньги;
в) продающий менеджер;
г) человек, который меньше всего заинтересован в покупке, но совершает ее.

23. Ступенчатые продажи – это:
а) стратегия продаж, при которой менеджер созванивается с клиентом, затем встречается с ним с целью презентации товара и лишь затем совершает сделку;
б) система продаж, при которой товар отгружают клиенту мелкими партиями;
в) система продаж, подобная «пирамиде» – где каждый новичок обязан отдавать часть прибыли вышестоящему;
г) продажи вне торговых помещений.

24. Активные продажи – это:
а) способ продвижения товаров и услуг путем активного взаимодействия с клиентом;
б) стадия продажи от выявления потенциальных потребностей до заключения договора;
в) скрытые методы увеличения прибыли; г) продажи, совершаемые на открытом воздухе.

25. Выход в «поле» – это:
а) обучение продажам, при котором продающий менеджер посещает тренинги и семинары;
б) первый рабочий день продающего менеджера в новой компании;
в) показательный способ практического обучения торгового агента путем активных продаж, осуществляемых самим менеджером настоящим клиентам в присутствии агента;
г) способ презентации продукта, осуществляемый за специальной стойкой в супермаркетах и других торговых точках.

26. Импульсная покупка – это:
а) покупка без раздумья и предварительного планирования;
б) покупка под воздействием электрического импульса;
в) покупка ненужной продукции;
г) покупка товаров повседневного спроса.

27. Канал продаж – это:
а) стратегия продаж, выбранная для распространения данной услуги в данное время;
б) место продаж;
в) комплекс согласованных действий по продвижению продукта;
г) пакет документов на отгрузку товара.

28. Лояльность покупателя – это:

а) приверженность покупателя к определенной компании, торговой марке;
б) хорошее отношение покупателя к продавцу;
в) гибкость взглядов покупателя;
г) психологическое качество покупателя, его склонность оценивать товар скорее по внешнему виду.

29. Сэмплинг – это:
а) синоним прямой продажи;
б) способ продвижения товара, при котором потенциальным покупателям раздаются пробные образцы товара;
в) приема в рекламе, использующий скрытые кадры в видеозаписи;
г) система продаж, при которой каждый продавец отдает часть процентов в пользу старшего по должности.

30. … советовал: «Будьте хорошим слушателем. Поощряйте других рассказывать о себе».
а) А. Маслоу; б) Д. Карнеги; в) З. Фрейд; г) М. Эриксон.

Задания для подготовки к зачету

ПК -2 Способен определять качество сельскохозяйственного сырья и пищевой продукции на всех этапах ее производства и обращения на рынке
ПК-2.4 -Владеть технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции.
- Знать технологии регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Вопросы для оценивания результатов обучения в виде знаний

1. Круг вопросов, решаемых психологией продаж.
2. Роль психологической подготовки в продажах.
3. Типологии потребителей.
4. Консервативные потребители и экспериментаторы.
5. Клиент-ориентированный подход в продажах.
6. Потребности и спрос.
7. Теория мотивации в продажах.
8. Маркетинговая теория спроса.
9. Понятие общения и понятие делового общения.
10. Коммуникативная компетентность.
11. Этика делового общения.
12. Приемы повышения эффективность публичного выступления.
13. Различие формального и неформального общения.
14. Особенности партнерских переговоров.
15. Роль неформального общения в партнерских переговорах.
16. Этнические особенности ведения переговоров.
17. Методы убеждения и внушения.
18. Конфликты: теоретические подходы к проблеме конфликтов.
19. Стратегии поведения в конфликтах.
20. Методы выхода из конфликтов.
21. Приемы «бесконфликтного» поведения.
22. Особенности телефонных переговоров.

Уметь

- регулировать рынки продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции

Задания для оценивания результатов обучения в виде умений

1. Профессия менеджера по продажам предполагает наличие следующих значимых психологических черт:
а) коммуникабельности, доброжелательности и стрессоустойчивости;
б) коммуникабельности, экстраверсии и лидерских качеств;

в) лидерских качеств, умения настаивать на своем; 16
г) эмоциональной стабильности и умения просчитать грядущие выгоды.

2. Командная система продаж требует: а) наличия тесных неформальных связей в группе;
б) наличия в группе авторитарного лидера;
в) наличия высокой групповой сплоченность;
г) желания каждого сотрудника продать больше остальных.

3. Неспешное ведение деловых переговоров свойственно:
а) странам Бенелюкс;
б) странам Азии;
г) странам Латинской Америки;
д) странам Скандинавии.

4. Большего успеха в деловых переговорах можно добиться, если:
а) внимательно слушать собеседника, не перебивать его и отвечать ему на его вопросы косвенно;
б) внимательно прислушиваться к собеседнику и говорить с ним, используя его же словесные обороты;
в) стараться не слушать собеседника, но больше говорить самому и настаивать на своем;
г) смотреть на переносицу собеседника и пытаться мысленно подчинить его себе.

5. Отправляясь на первую встречу с потенциальным клиентом и не обладая информацией о традициях данной фирмы относительно служебной одежды сотрудников и их внешнего вида, менеджер по продажам должен одеться:
а) в дорогой костюм в классическом стиле и использовать броские аксессуары для того, чтобы наверняка запомниться партнерам;
б) в джинсы и джемпер темных тонов;
в) в не слишком новый, но опрятный и выглаженный костюм в классическом стиле;
г) стиль одежды не имеет значения.

6. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:
а) продажа;
б) создание благоприятного впечатления о себе и своей компании;
в) достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии;
г) определение его психологического типа.

7. Решение конфликта, кода обе стороны получают только часть желаемого, а в остальном уступают партнеру, называется:
а) интеграция;
б) полифония;
в) анфас;
г) компромисс.

8. … советовал: «Будьте хорошим слушателем. Поощряйте других рассказывать о себе». а) А. Маслоу; б) Д. Карнеги; в) З. Фрейд; г) М. Эриксон.

Навык / Опыт деятельности

Навык/Опыт деятельности

- -владение технологиями регулирования рынка продукции и услуг в области производства и обращения пищевой продукции.

Задания для оценивания результатов обучения в виде навыка / опыта деятельности

Задание 1. Укажите функции общения в зависимости от содержания. Заполните таблицу:

Содержания общения	Функции общения
Регламентация поведения и деятельности	
Форма взаимопонимания психологического контекста	
Социальный механизм управления и передачи информации	

Формирования навыков взаимодействия в обществе в соответствии с принятыми нормами и правилами	
Взаимопонимание переживаний и эмоциональных состояний	
Средство объединения людей	
Передача конкретных способов деятельности, оценок	

Задание 2. Организация «Универсал», производящая поддоны, формирует отдел продаж. Для торговых агентов на предприятии предусмотрен оклад 15 тыс. руб. и 2% комиссионных. Торговому представителю гарантирован оклад в 10 тыс. руб. и 4% комиссионных. Они работают в одной географической области, ожидаемый месячный оборот составит 260 тыс. руб. Определите, кто более предпочтителен предприятию — торговый агент или торговый представитель.

Задание 3. Компания «Здравник», занимающаяся реализацией медицинского оборудования, переформировывает отдел продаж. Возможны два варианта — набор торговых агентов (обычная оплата — 16 тыс. руб. в месяц плюс 0,5% комиссионных с объема реализации) или привлечение торговых представителей (без оклада, 3% комиссионных от объемов реализации). При каких объемах реализации в месяц предпочтительнее с точки зрения минимизации выплат работникам первый вариант, при каких — второй?

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений, навыка и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений, навыков и (или) опыта деятельности, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, а так же для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

К текущему контролю относятся проверка знаний, умений, навыков обучающихся:

- на занятиях (опрос, решение задач, деловая игра, круглый стол, тестирование (письменное или компьютерное), ответы (письменные или устные) на теоретические вопросы, решение практических задач и выполнение заданий на практическом занятии, выполнение контрольных работ;
- по результатам выполнения индивидуальных заданий;
- по результатам проверки качества конспектов лекций, рабочих тетрадей и иных материалов;
- по результатам отчета обучающихся в ходе индивидуальной консультации преподавателя, проводимой в часы самостоятельной работы, по имеющимся задолженностям.

На первых занятиях преподаватель выдает студентам график контрольных мероприятий текущего контроля.

ГРАФИК контрольных мероприятий текущего контроляпо дисциплине

№ и наименование темы контрольного мероприятия	Формируемая компетенция	Этап формирования компетенции	Форма контрольного мероприятия (тест, контрольная работа, устный опрос, коллоквиум, деловая игра и т.п.)	Срок проведения контрольного мероприятия

Раздел 1. «Ведение в психологию продаж»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии
Раздел 2. «Этапы продаж»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии
Раздел 3. «Психологические техники персональных и прямых продаж»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии
Раздел 4. «Выявление потребностей клиента»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии
Раздел 5. «Работа с возражениями клиента»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии
Раздел 6. «Методы завершения сделки»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии
Раздел 7. «Психологические аспекты комплексного стимулирования продаж»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии
Раздел 8. «Стрессоустойчивость как профессионально-важное качество специалиста сферы продаж»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии
Раздел 9. «Потребительское поведение»	ПК-2.4	**I этап** **II этап** **III этап**	Решение тестовых заданий, упражнений, представление и защита доклада (реферата)	на практических занятиях в течении сессии

Устный опрос **–** наиболее распространенный метод контроля знаний студентов, предусматривающий уровень овладения компетенциями, в т.ч. полноту знаний теоретического контролируемого материала.

При устном опросе устанавливается непосредственный контакт между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала.

Устный опрос по дисциплине проводится на основании самостоятельной работы студента по каждому разделу. Вопросы представлены в планах лекций по дисциплине.

Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос. *Фронтальный* опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что в активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически увязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который только что был разобран на занятии. Целесообразно использовать фронтальный опрос также перед проведением практических работ, так как он позволяет проверить подготовленность студентов к их выполнению.

Вопросы должны иметь преимущественно поисковый характер, чтобы побуждать студентов к самостоятельной мыслительной деятельности.

Индивидуальный опрос предполагает объяснение, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать сущность явлений, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов. Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы все студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Для того чтобы вызвать при проверке познавательную активность студентов всей группы, целесообразно сочетать индивидуальный и фронтальный опрос.

Длительность устного опроса зависит от учебного предмета, вида занятий, индивидуальных особенностей студентов.

В процессе устного опроса преподавателю необходимо побуждать студентов использовать при ответе схемы, графики, диаграммы.

Заключительная часть устного опроса – подробный анализ ответов студентов. Преподаватель отмечает положительные стороны, указывает на недостатки ответов, делает вывод о том, как изучен учебный материал. При оценке ответа учитывает его правильность и полноту, сознательность, логичность изложения материала, культуру речи, умение увязывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Критерии и шкалы оценивания устного опроса

Критерии оценки при текущем контроле	Оценка
Студент отсутствовал на занятии или не принимал участия. Неверные и ошибочные ответы по вопросам, разбираемым на семинаре	«неудовлетворительно»
Студент принимает участие в обсуждении некоторых проблем, даёт расплывчатые ответы на вопросы. Описывая тему, путается и теряет суть вопроса. Верность суждений, полнота и правильность ответов – 40-59 %	«удовлетворительно»
Студент принимает участие в обсуждении некоторых проблем, даёт ответы на некоторые вопросы, то есть не проявляет достаточно высокой активности. Верность суждений студента, полнота и правильность ответов 60-79%	«хорошо»

Студент демонстрирует знание материала по разделу, основанные на знакомстве с обязательной литературой и современными публикациями; дает логичные, аргументированные ответы на поставленные опросы. Высокая активность студента при ответах на вопросы преподавателя, активное участие в проводимых дискуссиях. Правильность ответов и полнота их раскрытия должны составлять более 80%	«отлично»

Тестирование. Основное достоинство ***тестовой формы контроля*** – простота и скорость, с которой осуществляется первая оценка уровня обученности по конкретной теме, позволяющая, к тому же, реально оценить готовность к итоговому контролю в иных формах и, в случае необходимости, откорректировать те или иные элементы темы. Тест формирует полноту знаний теоретического контролируемого материала.

Критерии и шкалы оценивания тестов

Критерии оценкипри текущем контроле
процент правильных ответов менее 40 (по 5 бальной системе контроля – оценка «неудовлетворительно»);
процент правильных ответов 40 – 59 (по 5 бальной системе контроля – оценка «удовлетворительно»)
процент правильных ответов 60 – 79 (по 5 бальной системе контроля – оценка «хорошо»)
процент правильных ответов 80-100 (по 5 бальной системе контроля – оценка отлично»)

Критерии и шкалы оценивания рефератов (докладов)

Оценка	Профессиональные компетенции	Отчетность
5	Работа выполнена на высоком профессиональном уровне. Полностью соответствует поставленным в задании целям и задачам. Представленный материал в основном верен, допускаются мелкие неточности. Студент свободно отвечает на вопросы, связанные с докладом. Выражена способность к профессиональной адаптации, интерпретации знаний из междисциплинарных областей	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен в срок. Полностью оформлен в соответствии с требованиями.
4	Работа выполнена на достаточно высоком профессиональном уровне, допущены несколько существенных ошибок, не влияющих на результат. Студент отвечает на вопросы, связанные с докладом, но недостаточно полно.	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен в срок, но с некоторыми недоработками.
3	Уровень недостаточно высок. Допущены существенные ошибки, не существенно влияющие на конечное восприятие материала. Студент может ответить лишь на некоторые из заданных вопросов, связанных с докладом.	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен со значительным опозданием (более недели). Имеются отдельные недочеты в оформлении.

2 и ниже	Работа выполнена на низком уровне. Допущены грубые ошибки. Ответы на связанные с докладом вопросы обнаруживают непонимание предмета и отсутствие ориентации в материале доклада.	Письменно оформленный доклад (реферат) представлен со значительным опозданием (более недели). Имеются существенные недочеты в оформлении.

Критерии и шкалы оценивания презентации

Дескрипторы	Минимальный ответ 2	Изложенный, раскрытый ответ 3	Законченный, полный ответ 4	Образцовый ответ 5
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы.	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы.
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины.	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использован 1-2 профессиональных термина.	Представляемая информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов.	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов.
Оформление	Не использованы информационные технологии (PowerPoint). Больше 4 ошибок в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint) частично. 3-4 ошибки в представляемой информации.	Использованы информационные технологии (PowerPoint). Не более2 ошибок в представляемой информации.	Широко использованы информационные технологии (PowerPoint). Отсутствуют ошибки в представляемой информации.
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы.	Только ответы на элементарные вопросы.	Ответы на вопросы полные и/или частично полные.	Ответы на вопросы полные с привидением примеров и/или

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:
1. Периодичность проведения оценки (по каждому разделу дисциплины).
2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и студентами группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.
3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.

4. Соблюдение последовательности проведения оценки: предусмотрено, что развитие компетенций идет по возрастанию их уровней сложности, а оценочные средства на каждом этапе учитывают это возрастание. Так по каждому разделу дисциплины идет накопление знаний, на проверку которых направлены такие оценочные средства как устный опрос и подготовка докладов. Далее проводится задачное обучение, позволяющее оценить не только знания, но умения, навык и опыт применения студентов по их применению. На заключительном этапе проводится тестирование, устный опрос или письменная контрольная работа по разделу.

Промежуточная аттестация осуществляется, в конце каждого семестра и представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине в виде проведения экзаменационной процедуры (экзамена), выставления зачета, защиты курсовой работы.

Процедура промежуточной аттестации проходит в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.Промежуточная аттестация в форме зачета проводится в форме компьютерного тестирования или устного опроса, в форме экзамена - в устной форме.

Аттестационные испытания в форме зачета проводятся преподавателем, ведущим лекционные занятия по данной дисциплине, или преподавателями, ведущими практические занятия.

Аттестационные испытания в форме устного экзамена проводятся преподавателем, ведущим лекционные занятия по данной дисциплине. Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора не допускается (за исключением работников университета, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся преподавателем, назначенным письменным распоряжением по кафедре.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, могут допускаться на аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться рабочей программой дисциплины, а также с разрешения преподавателя справочной и нормативной литературой, калькуляторами.

Время подготовки ответа при сдаче экзамена в устной форме должно составлять не менее 40 минут (по желанию обучающегося ответ может быть досрочным). Время ответа – не более 15 минут.

При проведении устного экзамена экзаменационный билет выбирает сам экзаменуемый в случайном порядке. При подготовке к устному экзамену экзаменуемый, как правило, ведет записи в листе устного ответа, который затем (по окончании экзамена) сдается экзаменатору. Экзаменатору предоставляется право задавать обучающимся дополнительные вопросы в рамках программы дисциплины, а также, помимо теоретических вопросов, давать задачи, которые изучались на практических занятиях.

Оценка результатов компьютерного тестирования и устного аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения.

Порядок подготовки и проведения промежуточной аттестации в форме зачета

Действие	Сроки заочная форма	Методика	Ответственный
Выдача заданий к зачету	1 занятие	На лекциях, по интернет	Ведущий преподавательили преподаватели, ведущие практические занятия
Консультации	в сессию	На групповой консультации	Ведущий преподавательили преподаватели, ведущие практические занятия

Зачет	в сессию	компьютерное тестирование	Ведущий преподаватель или преподаватели, ведущие практические занятия
Формирование оценки («зачтено»/ «незачтено»)	На зачете	В соответствии с критериями	Ведущий преподаватель или преподаватели, ведущие
			практические занятия

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература	**Количество в библиотеке / ссылка на ЭБС**
Кузнецов, И. Н. Деловое общение : учебное пособие / И. Н. Кузнецов. — 9-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 524 с. — ISBN 978-5-394-04325-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229244. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229244
Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 444 с. — ISBN 978-5-394-04470-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229685. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229685
Дополнительная литература	**Количество в библиотеке / ссылка на ЭБС**
Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности: Практическое пособие : учебное пособие / М. А. Измайлова. — Москва : Дашков и К, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-394-04213-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/229682. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/229682
Самсонова, Е. Танец продавца. Психотехнологии продаж : [12+] / Е. Самсонова. – Киев : Мультимедийное Издательство Стрельбицкого, 2014. – 307 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240171. – Текст : электронный.	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240171
Романова, Н. Р. Психология рекламной деятельности : учебно-методическое пособие / Н. Р. Романова. — Иваново : ИГЭУ, 2019. — 124 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/154536. — Режим доступа: для авториз. пользователей.	https://e.lanbook.com/book/154536

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации по работе над конспектом лекций во время и после проведения лекции.

В ходе лекционных занятий обучающимся рекомендуется выполнять следующие действия. Вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, форму-

лировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.
Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых о неаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Методические рекомендации к практическим занятиям с практикоориентированными заданиями.

При подготовке к практическим занятиям обучающимся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо освоить основные понятия и методики расчета показателей, ответить на контрольные опросы. В течение практического занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем, что зачитывается как текущая работа студента и оценивается по критериям, представленным в пунктах 6.4 РПД.

Методические рекомендации по подготовке доклада.

При подготовке доклада рекомендуется сделать следующее. Составить план-конспект своего выступления. Продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с практикой. Подготовить сопроводительную слайд-презентацию и/или демонстрационный раздаточный материал по выбранной теме. Рекомендуется провести дома репетицию выступления с целью отработки речевого аппарата и продолжительности выступления(регламент– 7-10 мин.).

Выполнение индивидуальных типовых задач.

В случае пропусков занятий, наличия индивидуального графика обучения и для закрепления практических навыков студентам могут быть выданы типовые индивидуальные задания которые должны быть сданы в установленный преподавателем срок.

Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с учебной и научной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на практических занятиях, к контрольным работам, тестированию. Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны быть выполнены также аккуратно, содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим обучающимся.

В процессе работы с учебной и научной литературой обучающийся может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

9. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

MSWindows 7 OEMSNGLOLPNLLegalizationGetGenuinewCOA
Office Standard 2016
OpenOffice Свободно распространяемое ПО
Google Chrome Свободно распространяемое ПО

Yandex Browser Свободно распространяемое ПО
Unreal Commander Свободно распространяемое ПО
Adobe acrobat reader Свободно распространяемое про-приетарное ПО
7-zip Свободно распространяемое ПО
Dr.Web
Лаборатория ММИС«Планы»

Перечень профессиональных баз данных
1. БД «AGROS» режим доступа:
http://www.cnshb.ru/artefact3/ia/ia1.asp?lv=11&un=anonymous&p1=&em=c2R
2.БД «AGRO» режим доступа: https://agro.ru/
3. ЭБС «Лань» режим доступа: e.lanbook.com
4. КонсультантПлюс режим доступа: www.consultant.ru
5. eLIBRARY.RU режим доступа: www.elibrary.ru

Перечень информационных справочных систем

Наименование ресурса	Режим доступа
Консультант плюс	http://www.consultant.ru/
Гарант	http://www.garant.ru/
Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики	http://www.gks.ru
Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области	http://www.don-agro.ru
Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии	https://www.rst.gov.ru/portal/gost
Официальный портал правительства Ростовской области	http://www.donland.ru
Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru
Библиотека диссертаций и авторефератов России	http://www.dslib.net/

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации.
Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.
Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования

– укомплектовано специализированной мебелью для хранения оборудования и техническими средствами для его обслуживания.

Оснащенность и адрес помещений

Наименование помещений	Адрес (местоположение) помещений
Аудитория № 10э Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, парта аудиторная – 12 шт, стулья, доска аудиторная). Технические средства обучения: специализированное учебное оборудование - (шкаф сушильный ШЭС-3М, шкаф сушильный ШС-0,25-2,0; печь электрическая, термостат воздушный, весы электронные, калориметр фотоэлектрический КФ-3, калориметр фотоэлектрический КФ-2, центрифуга LC-425, нитрат-тестер СОЭКС (переносной), ЭКОТЕСТ (переносной), термометр жидкостный (переносной), дозиметр (переносной), индикатор радиоактивности RADEX PD 1503, прибор для определения влажности пищевых продуктов «Кварц-21М-33»; центрифуга; прибор для определения группы чистоты молока, гигрометр психрометрический; прибор для определения влажности пищевых продуктов «ЭВЛАС-2М»; люминоскоп «Филин»	346493, Ростовская область, Октябрьский район, п. Персиановский, ул. Мичурина дом 13а
Лаборатория № 16э Технические средства: центрифуга «Ока»; вытяжной шкаф; сыроварня Bergman 12л; гастроемкость; водонагреватель; шкаф напольный «Тортора» (мойка); шкаф лабораторный – 3 шт.; реактивы; лабораторная посуда; стол.	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а
Лаборатория № 19э Технические средства: микроскоп «Биомед-2»; люминоскоп настольный ЛН-3У «Сова»; термостат ТС; кастрюля нержавеющая 20 л; холодильник «Атлант»; электрическая печь; стол – 3 шт.; шкаф книжный – 1 шт.; тумба – 1 шт.	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а
Аудитория № 21 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; укомплектованная специализированной мебелью (рабочие места членов комиссии/преподавателя, столы, стулья, трибуна). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования - проекционный экран (1), мультимедийный проектор (1), ноутбук (переносной), принтер (1); учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин (переносное). Windows 8.1 Лицензия № 64496831 от 12.12.2014 OPEN 94501246ZZE1612 от Microsoft Volume Licensing Service Center; Office Standard 2016 Лиц. № 66241743 OPEN 96247974ZZE1712 от Microsoft Volume Licensing Service Center; Office; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Unreal commander Свободно распространяемое ПО, лицензия freeware; Google ChromeСвободно распространяемое ПО, лицензия freeware; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №2789-24 от 16 мая 2024 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	346493, Ростовская область, Октябрьский район, п. Персиановский, ул. Кривошлыкова, дом № 27
Аудитория № 21э Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплек- тованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, столы, сту- лья, доска аудиторная). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования - про- ектор Beng Mx560; ноутбук (переносной); экран; , веб-камера Logitech;трибуна; стул на раме- 28 шт.; парта аудиторная – 14 шт.; выставочный стол с тумбой – 3 шт.; стол преподавателя – 1 шт.; учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин ; шкаф с муляжами продовольственных товаров.	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а

Специализированное учебное оборудование – термометр ТР101; ложка-весы электронная до 500 гр.; маслобойка Melasty 10л; сепаратор электрический Сибирь-120 с регулятором; мороженица автоматическая Nemox I-GREEN Gelatissimo Exclusive Black 1,7 л; йогуртница ROMMELSBA CHER JG 40; пресс для прессования сырного зерна малый пневматический; нож- лопатка для мягких сыров «Сырный ломтик»; форма для сыра с крышкой-поршнем на 500 гр.; набор для приготовления творога и сыра BRADEX TK 00192; водяная баня SHHW21600All двухуровневая (+100С); анализатор молока Ekomilk TOTAL KAM-98-2A; прибор для определения влажности пищевых продуктов «Элекс-7МТ»; термостат ТС 1/80; шкаф суховоздушный ШС-80; зонд pH Testo 206 ГТД; рефрактометр ручной; люминометр 3M Clean-Trace LM1 с поверкой ГТД; центрифуга ЦЛМ 1-12. MS Windows 7 OEM SNGL OLP NL Legalization GetGenuine wCOA Счет №1834 от 16.03.2010 ООО «Южная Софтверная компания»; Office Standard 2016 Лицензия № 66160039 от 11.12.2015 OPEN 96166559ZZE1712 Microsoft Volume Licensing Service Center; OpenOffice Свободно распространяемое ПО, лицензия Apache License 2.0, LGPL; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	
Аудитория № 22э Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, столы, стулья, доска аудиторная). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования - (проектор, ноутбук (переносные), экран, телевизор Toshiba); учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин - шкаф с муляжами непродовольственных товаров. MS Windows 7 OEM SNGL OLP NL Legalization GetGenuine wCOA Счет №1834 от 16.03.2010 ООО «Южная Софтверная компания»; Office Standard 2016 Лицензия № 66160039 от 11.12.2015 OPEN 96166559ZZE1712 Microsoft Volume Licensing Service Center; OpenOffice Свободно распространяемое ПО, лицензия Apache License 2.0, LGPL; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а
Аудитория № 29э Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, столы, стулья, доска аудиторная). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования (проектор (переносной), ноутбук (переносной), экран); учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин. MS Windows 7 OEM SNGL OLP NL Legalization GetGenuine wCOA Счет №1834 от 16.03.2010 ООО «Южная Софтверная компания»; Office Standard 2016 Лицензия № 66160039 от 11.12.2015 OPEN 96166559ZZE1712 Microsoft Volume Licensing Service Center;OpenOffice Свободно распространяемое ПО, лицензия Apache License 2.0, LGPL; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г.	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а

между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	
Аудитория № 2э Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованная специализированной мебелью (рабочее место преподавателя, столы, стулья, доска аудиторная). Технические средства обучения: набор демонстрационного оборудования (экран (переносной), проектор (переносной), ноутбук (переносной); специализированное учебное оборудование - (комплект мебели магазина (кассовый аппарат, муляжи продуктов питания, витрина, стеллажи), витрина-холодильник); учебно-наглядные пособия обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин MS Windows 7 OEM SNGL OLP NL Legalization GetGenuine wCOA Счет №1834 от 16.03.2010 ООО «Южная Софтверная компания»; Office Standard 2016 Лицензия № 66160039 от 11.12.2015 OPEN 96166559ZZE1712 Microsoft Volume Licensing Service Center;Google Chrome Свободно распространяемое ПО, лицензия freeware; Unreal Com-mander Свободно распространяемое ПО, лицензия freeware; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License; Yandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»	346493, Ростовская область, Октябрьский район, пос. Персиановский, ул. Мичурина, дом № 13а
Кабинет № 45 Помещение для самостоятельной работы (электронный читальный зал), укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации. Windows 8.1 Лицензия №65429551 от 30.06.2015 OPEN 95436094ZZE1706 от Microsoft Volume Licensing Service Center; Office Standard 2013 Лицензия № 65429549 от 30.06.2015 OPEN 95436094ZZE1706 Microsoft Volume Licensing Service Center; OpenOffice Свободно распространяемое ПО, лицензия Apache License 2.0, LGPL; Adobe acrobat reader Свободно распространяемое проприетарное программное обеспечение; МТС Линк тариф Free Свободно распространяемое ПО, Яндекс Телемост Свободно распространяемое ПО ; Yandex Browser Свободно распространяемое ПОYandex Browser Свободно распространяемое ПО; Лаборатория ММИС «АС «Нагрузка» Договор 8630 от 04.10.2021 между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»; Лаборатория ММИС Деканат Договор №3830-254 от 14 апреля 2024 между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»; Лаборатория ММИС»Планы» Договор №3830-254 от 14 апреля 2025 г. г между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «Лаборатория ММИС»; Система контент –фильтрации SkyDNS (SkyDNS агент) Договор № 2789-24 от 16 мая 2024 г. г. ООО «СкайДНС»; Dr.Web Договор № РГА02040026 от «05» Февраля 2026 г. между ФГБОУ ВО «Донской ГАУ» и ООО «КОМПАНИЯ ГЭНДАЛЬФ»; 7-zip Свободно распространяемое ПО, GNU Lesser General Public License	346493, Ростовская область, Октябрьский район, п. Персиановский, ул.Кривошлыкова, дом № 27