

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Б1.В.ДВ.02.03
(индекс дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Управление продажами

(наименование дисциплины)

по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент

направленность (профиль)
Предпринимательство

Форма обучения: очная

Год набора: 2022

Общая трудоемкость: 5 ЗЕ

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр	3	Итого
Форма контроля	экзамен	
Вид занятий		
Лекции		
Лабораторные		
Практические	64	64
Руководство: курсовые работы (проекты) / РГР		
Промежуточная аттестация	0,35	0,35
Контактная работа	64,35	64,35
Самостоятельная работа	80	80
Контроль	35,65	35,65
Итого	180	180

Рабочую программу составил(и):

доцент, доцент, канд. экон. наук Сярдова О.М.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

доцент, доцент, канд. экон. наук Морякова А.В.

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рецензирование рабочей программы дисциплины:

☒

Отсутствует

☐

Рецензент

(должность, ученое звание, степень, Фамилия И.О.)

Рабочая программа дисциплины составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана направления подготовки 38.03.02 Менеджмент

Срок действия рабочей программы дисциплины до «26» августа 2026 г.

УТВЕРЖДЕНО

На заседании института финансов, экономики и управления (протокол заседания № 1 от 26.08.2021).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов базовых знаний по предмету, изучение основных понятий, подходов к оптимизации управления продажами для обеспечения своевременного, ритмичного и экономичного развития организации.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины и практики, на освоении которых базируется данная дисциплина: Комплекс маркетинга, Технология развития бизнеса.

Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Управление закупками, Управление бизнес-процессами, Бизнес-планирование проектов, Поведение потребителей.

3. Планируемые результаты обучения

Формируемые и контролируемые компетенции (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Планируемые результаты обучения
ПК-2 Способен принимать управленческие решения на основе разработанных сценариев реализации проекта в зависимости от различных условий внутренней и внешней среды	ПК-2.7 Способность владеть методами принятия решений в управлении продажами	Знать: методы принятия решений в управлении продажами
		Уметь: использовать методы принятия решений в управлении продажами
		Владеть: методами принятия решений в управлении продажами

4. Структура и содержание дисциплины

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
Модуль 1. Эффективные продажи: результат или процесс	Пр	Что такое продажи и зачем они нужны	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Soft skills успешного менеджера по продажам	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Универсальная схема продаж 5.0	3	4	4	-	Кейс-задание
	Пр	SPIN-продажи	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Дополнительные техники продаж	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Работа с возражениями	3	4	4	-	Кейс-задание
	Пр	Скрипты продаж	3	2	4	-	Кейс-задание
Модуль 2. Собери своего клиента	Пр	Как понять, кто твой клиент	3	2	2	-	Кейс-задание
	Пр	Модель AIDA	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Методы стимулирования B2B, B2C, B2G	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Управление клиентской базой CRM-систем	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	ABC-анализ потребителей. BCG-матрица потребителей	3	4	4	-	Кейс-задание
	Пр	Лидогенерация и её методы	3	4	4	-	Кейс-задание
	Пр	Работа с успешным «любимым» клиентом	3	2	4	-	Кейс-задание
Модуль 3. Показатели продаж	Ср	Самостоятельная работа	3	58	-	-	-
	Пр	Стратегия продаж по территории, категории, бренду	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Построение системы продаж на интересных территориях	3	4	4	-	Кейс-задание
	Пр	Показатели продаж или откуда берётся прибыль	3	4	4	-	Кейс-задание
	Пр	Как помочь менеджеру по продажам	3	2	2	-	Кейс-задание

Модуль (раздел)	Вид учебной работы	Наименование тем занятий (учебной работы)	Семестр	Объем, ч.	Баллы	Интерактив, ч.	Формы текущего контроля (наименование оценочного средства)
	Пр	Построение результативного отдела продаж. SMART-отдел	3	4	4	-	Кейс-задание
	Пр	Мотивация, увеличение продуктивности продавцов	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Сформируй свою идеальную команду	3	2	4	-	Кейс-задание
	Пр	Личная эффективность сотрудника отдела продаж	3	2	4	-	Кейс-задание
Модуль 5. Контроль и прогнозирование продаж	Пр	Применение ERP-систем продаж	3	2	2	-	Кейс-задание
	Пр	Методы анализа, планирования, прогнозирования продаж. Адекватный или неадекватный план продаж для компании	3	4	4	-	Кейс-задание
	Ср	Самостоятельная работа	3	22	-	-	-
Посещаемость	П	Посещаемость занятий	3	-	10		
Промежуточная аттестация	ПА		3	0,35	-		
Контроль			3	35,65	100		Итоговое тестирование Вопросы к экзамену
Итого:				180	100		

Схема расчета итогового балла

(Текущий рейтинг + Результат итогового тестирования)/2

5. Образовательные технологии

С целью формирования компетенций у студентов в учебном процессе используется технология традиционного обучения.

6. Методические указания по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.). Прослушивание аудио – и видеозаписей по заданной теме, решение, кейс-заданий и др.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации деятельности, воспитывает целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу.

Виды самостоятельной работы студентов:

1. повторение пройденного учебного материала, чтение рекомендованной литературы;
2. подготовка к практическим занятиям;
3. работа с электронными источниками;
4. подготовка к сдаче экзамена.

Изучение теоретического материала определяется рабочей учебной программой дисциплины, включенными в нее календарным планом изучения дисциплины и перечнем литературы; рекомендуется при подготовке к занятиям повторить материал предшествующих тем рабочего учебного плана, а также материал предшествующих учебных дисциплин, который служит базой изучаемого раздела данной дисциплины.

При подготовке к практическому занятию необходимо изучить материалы лекции, рекомендованную литературу. Изученный материал следует проанализировать в соответствии с планом занятия, затем проверить степень усвоения содержания вопросов.

При подготовке к экзамену следует руководствоваться перечнем вопросов для подготовки к итоговому контролю по курсу. При этом необходимо уяснить суть основных понятий дисциплины.

Самостоятельная работа студентов, прежде всего, заключается в изучении литературы, дополняющей материал, излагаемый в лекционной части курса. Необходимо овладеть

навыками библиографического поиска, в том числе в сетевых Интернет-ресурсах, научиться сопоставлять различные точки зрения и определять методы исследований.

Предполагается, что, прослушав лекцию, студент должен ознакомиться с рекомендованной литературой из основного списка, затем обратиться к источникам, указанным в библиографических списках изученных книг, осуществит поиск и критическую оценку материала на сайтах Интернет, соберет необходимую информацию.

7. Оценочные средства

7.1. Паспорт оценочных средств

Семестр	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
3	ПК-2 Способен принимать управленческие решения на основе разработанных сценариев реализации проекта в зависимости от различных условий внутренней и внешней среды	<i>Тестовые (итоговое тестирование) Вопросы к экзамену №1-50 Кейс-задания по темам</i>

7.2. Типовые задания или иные материалы, необходимые для текущего контроля

7.2.1. Примерные тестовые задания для итогового тестирования

(наименование оценочного средства)

1. Что представляют собой холодные продажи?

- а) это продажи, которые не принесли продавцу прибыли
- б) это продажи, которые осуществляются в холодных регионах страны
- в) это звонки или письма человеку, которого вы не знаете, с целью предложить ему товар или услугу
- г) это продажи, которые осуществляются только в холодное время года

2. На каком основном принципе основаны конвейерные продажи?

- а) процесс продаж разделяется на несколько отдельных этапов, но за каждый из которых отвечает один специалист
- б) продажи должны быть организованы так, чтобы деятельность отдела продаж напоминала конвейер, при этом процесс продаж разделяется на несколько отдельных этапов, за каждый из которых отвечают разные специалисты
- в) продажи должны быть организованы так, чтобы деятельность отдела продаж напоминала конвейер, при этом процесс продаж разделяется на несколько отдельных этапов, но за каждый из которых отвечает один специалист
- г) продажи должны быть организованы так, чтобы деятельность отдела продаж представляла собой сложную систему, при этом процесс продаж разделяется на несколько отдельных этапов, но за каждый из которых отвечают максимум два специалиста

3. Виды продаж, когда продавец вступает в прямой диалог с покупателем, обсуждая качество товара и договариваясь о сделке, это ...

- а) прямые продажи
- б) дистрибутивные продажи
- в) это горячие продажи

г) простые продажи

4. Что из нижеперечисленного относится к элементам личной эффективности менеджера по продажам?

- а) целеполагание, планирование, самоконтроль, стоворчивость, уживчивость, умение общаться с людьми
- б) целеполагание, планирование, самоконтроль, умение общаться с людьми
- в) целеполагание, планирование, прогнозирование, самоконтроль, умение уживаться с руководством организации/компании
- г) планирование, прогнозирование, самооценка, самоконтроль, стоворчивость

5. Какой из представленных ниже вопросов относится к ситуационным вопросам?

- а) Какой объем запасов вы храните на складе?
- б) Есть ли у вас проблемы с неподтвержденными заказами на какой-либо товар?
- в) Вас беспокоит серьезная конкуренция со стороны мелких субподрядчиков?
- г) Беспокоит ли вас, что увеличение частоты использования может повысить ваши затраты на обслуживание?
- д) Довольны ли вы своей системой пополнения товаров?

6. Какой из представленных ниже вопросов относится к проблемным вопросам?

- а) Какой объем запасов вы храните на складе?
- б) Довольны ли вы своей системой пополнения товаров?
- в) Какой объем запасов вы храните на складе?
- г) Прав ли я, предполагая, что вы столкнулись с серьезной конкуренцией в лице мелких субподрядчиков?
- д) Численность сотрудников, для которых изменился план льгот, соответствует вашим первоначальным прогнозам?

7. Какой из представленных ниже вопросов относится к извлекающим вопросам?

- а) Есть ли у вас проблемы с повторными продажами?
- б) Что произойдет, если показатели продаж так и не вырастут?
- в) Вы согласны с тем, что наша система позволит вам решить проблему низкой конверсии?
- г) Какая у вашего интернет-магазина посещаемость?

8. Как называется техника, при которой предлагается использовать ваш сервис в течение 14 дней бесплатно?

- а) Гибкие продажи
- б) «От большого к малому»
- в) Показ результата или «Тест-драйв»
- г) «Обращение к тщеславию»
- д) Запугивание

9. В какой из перечисленных техник продаж акцент делается на качество, а не на количество?

- а) Челлендж продажи
- б) SNAP-продажи
- в) Концептуальные продажи
- г) Гибкие продажи

10. Какая из перечисленных техник включает в себя следующие три этапа: обучение, адаптация, контроль?

- а) Челлендж-продажи

- б) SNAP-продажи
- в) Концептуальные продажи
- г) Гибкие продажи
- д) «От большого к малому»

Краткое описание и регламент выполнения:

Итоговое тестирование по курсу обучающиеся проходят в Центре тестирования в конце семестра, вопросы формируются автоматически. Максимально за итоговое тестирование можно получить 100 баллов, баллы выставляются компьютером автоматически по результатам пройденного тестирования.

Критерии оценки:

100 баллов – 40 верных ответов.

0 баллов – 0 верных ответов.

Баллы выставляются пропорционально количеству верных ответов: 1 верный ответ = 2,5 балла.

7.2.2. Примерные кейс-задания

(наименование оценочного средства)

1. Ситуация:

Продавец – сотрудник НПФ (негосударственный пенсионный фонд).

Цель - продажа полиса/ заключение договора НПФ при личной встрече.

Диалог:

Продавец: «Добрый день, с фонда пенсионного страхования вас беспокоят. Скажите, к вам приходили с пенсионного фонда?» (ситуационный вопрос!)

Клиент: «Да, но я уже состою в НПФ»

Продавец: «Если не секрет, то в каком?»

Клиент: «Точно не могу сказать, это было в другом городе, это был какой-то местный»

Продавец: «То есть филиалов в нашем городе нет?» (проблемный вопрос!)

Клиент: «Нет»

Продавец: «То есть, если возникнут вопросы, то трудно будет найти филиал?» (извлекающий вопрос!)

Клиент: «Да»

Продавец: «Скажите, что нужно сделать в этой ситуации?» (направляющий вопрос!)

Клиент: «Нужно сменить фонд»

Продавец: «Совершенно верно, тем более программа потребуется лишь...»

Вся сделка заняла пару минут. Сопротивления и возражений со стороны клиента не было. Продавец не пытался что-либо навязать. Он воспользовался осведомленностью клиента, выявил возможную проблему, указали на ее важность и направил ход мыслей на решение проблемы с помощью своего продукта.

Задание

Составьте собственный диалог по технологии SPIN по продаже вашего продукта при личной встрече.

2. ООО «Золотая середина» функционирует на рынке г. Тольятти более 10 лет и реализует изделия из драгоценных металлов и камней. Определите, какие ключевые

показатели могут входить в систему оценки эффективности работы продавцов. Предположите, какими могут быть целевые значения и фактические показатели, исходя из современных тенденций развития этого рынка. Заполните матрицу KPI.

3. Вы являетесь категорийным менеджером предприятия, недавно завоевавшим рынок Самарской области (реализуемый товар выберите самостоятельно). Вы, как категорийный менеджер, поставили цель на выйти на рынок Саратовской области и через год охватить 45% целевой аудитории. В Вашей команде работают опытный региональный менеджер, знающий рынок Саратовской области, до Вашей организации работающий в схожей сфере деятельности, и три руководителя отдела продаж. Определитесь, какие функции должны выполняться региональным менеджером (и могут быть ему делегированы) и руководителями отделов продаж (и могут быть им делегированы). Укажите знаком «+», какие из функций должны контролироваться вышестоящим управленцем, и знаком «-», какие из функций должны находиться в зоне самоконтроля подчиняющегося управленца.

Краткое описание и регламент выполнения:

Студенты выполняют задания во время практического занятия, преподаватель оценивает задания каждого студента индивидуально согласно критериям оценки.

В случае, если задание выполнено неверно, преподаватель может вернуть его на доработку.

Критерии оценки:

4/2 балла – за правильное решение кейса с аргументированными выводами;

2/1 балл – за решение кейса с серьезными ошибками;

0 баллов - студент к решению кейса не приступал.

7.3.Оценочные средства для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

7.3.1. Вопросы к промежуточной аттестации

Семестр 3

№ п/п	Вопросы к экзамену
1.	Что такое продажи и зачем они нужны
2.	Soft skills успешного менеджера по продажам
3.	Универсальная схема продаж 5.0
4.	SPIN-продажи
5.	Дополнительные техники продаж
6.	Технологии изменения системы продаж
7.	Работа с возражениями
8.	Скрипты продаж
9.	Как понять, кто твой клиент
10.	Модель AIDA
11.	Методы стимулирования B2B
12.	Управление клиентской базой CRM-систем
13.	АВС-анализ потребителей.
14.	Лидогенерация

15.	Работа с успешным «любимым» клиентом
16.	Как понять, кто твой клиент
17.	Методы стимулирования B2C
18.	Методы стимулирования B2G.
19.	Цена акции
20.	Скидки
21.	Методы лидогенерации
22.	Стратегия продаж по территории
23.	BCG-матрица потребителей
24.	Стратегия продаж по категории
25.	Стратегия продаж по бренду
26.	Построение системы продаж на интересных территориях
27.	Показатели продаж или откуда берётся прибыль
28.	Ценообразование в продажах
29.	Как помочь менеджеру по продажам
30.	Отдел продаж
31.	Построение результативного отдела продаж
32.	SMART-отдел
33.	Мотивация, увеличение продуктивности продавцов
34.	Пример мотивационных систем
35.	Разработка и внедрение системы KPI
36.	Сформируй свою идеальную команду
37.	Личная эффективность сотрудника отдела продаж
38.	План на день, неделю, месяц
39.	Применение ERP-систем продаж
40.	Методы анализа продаж
41.	Методы планирования продаж
42.	Методы прогнозирования продаж
43.	Адекватный или неадекватный план продаж для компании
44.	К чему приводит неэффективный план продаж
45.	Контроль продаж
46.	Сезонность в продажах
47.	Дистрибьютерский договор
48.	Дилерский договор
49.	Агентский договор
50.	Личная эффективность сотрудника отдела продаж

7.3.2. Критерии и нормы оценки

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
3	Экзамен (по накопительному рейтингу)	«отлично»	Студент набрал 85 и более баллов по накопительному рейтингу
		«хорошо»	Студент набрал от 70 до 84 баллов по накопительному рейтингу
		«удовлетворительно»	Студент набрал от 55 до 69 баллов по накопительному рейтингу
		«неудовлетворительно»	Студент набрал 54 и менее баллов по накопительному рейтингу

Пересдача экзамена (устно)

Семестр	Форма проведения промежуточной аттестации	Критерии и нормы оценки	
3	экзамен	«отлично»	Студент демонстрирует знание содержания учебного материала, владеет понятийным аппаратом; умеет связывать теорию с практикой, решать практические задачи, обосновывать свои суждения; грамотно, логично излагает ответ на вопрос
		«хорошо»	Студент демонстрирует знание содержания учебного материала, однако, недостаточно полно владеет понятийным аппаратом; не до конца умеет связывать теорию с практикой, решать практические задачи, обосновывать свои суждения; грамотно, логично излагать ответ на вопрос
		«удовлетворительно»	Студент имеет разрозненные знания, недостаточно полно умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, беспорядочно и неуверенно излагает материал при ответе на вопрос
		«неудовлетворительно»	Студент имеет разрозненные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает серьезные ошибки в определении понятий, беспорядочно и неуверенно излагает материал при ответе на вопрос

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Обязательная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно- методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Голова А. Г.	Управление продажами	учебник	2020	ЭБС «Znanium.com»
2	Кузнецов И.Н.	Управление продажами	учебно-практическое пособие	2018	ЭБС «Znanium.com»

8.2. Дополнительная литература

№ п/п	Авторы, составители	Заглавие (заголовок)	Тип (учебник, учебное пособие, учебно- методическое пособие, практикум, др.)	Год издания	Количество в научной библиотеке / Наименование ЭБС
1	Гусарова, В.	Управление продажами на территории: Теоретические основы и практические рекомендации	учебное пособие	2016	ЭБС «Znanium.com»
2	Джоббер Д.	Продажи и управление продажами	учебное пособие	2017	ЭБС «Iprbooks»

8.3. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

- Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» // [Электронный ресурс] сайт -Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru>;
- Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>;
- Каталог учебников, оборудования, электронных ресурсов [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <http://ndce.edu.ru>;
- Университетская информационная система «Россия»: ресурсы и сервисы для экономических и социальных исследований, учебных программ и государственного управления [Электронный ресурс]: сайт. – Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp>;
- Журнал «Вопросы экономики» // [Электронный ресурс]: сайт. - Режим доступа: <http://www.vopreco.ru>.
- WebofScience [Электронный ресурс]: мультидисциплинарная реферативная база данных. – Philadelphia: ClarivateAnalytics, 2016. – Режим доступа: apps.webofknowledge.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Scopus [Электронный ресурс]: реферативная база данных. – Netherlands: Elsevier, 2004–. – Режим доступа: scopus.com. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.
- Elibrary[Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Москва: НЭБ, 2000–. – Режим доступа: elibrary.ru. – Загл. с экрана. – Яз. рус., англ.

8.4. Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование ПО	Реквизиты договора (дата, номер, срок действия)
1	Windows	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно
2	Office Standart	Договор № 690 от 19.05.2015г., срок действия - бессрочно; Договор № 727 от 20.07.2016г., срок действия - бессрочно
3	Mirapolis Human Capital Management	№ 42/02/22-К

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для	Столы ученические двухместные, стол преподавательский, стул преподавательский, доска аудиторная (меловая), трибуна, стулья ученические, проектор, экран; компьютер, жалюзи

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий, мастерских и др. объектов для проведения практических и лабораторных занятий, помещений для самостоятельной работы обучающихся (номер аудитории)	Перечень основного оборудования
	проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (С-701)	
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа. Учебная аудитория для курсового проектирования (выполнения курсовых работ). Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций. Учебная аудитория для проведения занятий текущего контроля и промежуточной аттестации. (С-807)	Столы ученические двухместные , стулья ученические, стол преподавательский, стул преподавательский, доска аудиторная (меловая) , стулья ученические, экран, ПК, проектор, жалюзи.
3	Помещение для самостоятельной работы студентов (Г-401)	Столы ученические, стулья ученические, ПК с выходом в сеть Интернет