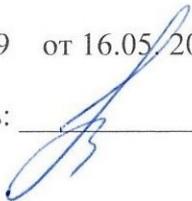


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 12. Управление продажами

РАССМОТРЕНО
Методическим советом ОГБПОУ
«КТЭК»
Протокол № 8 от 12.05.2023 г.
Председатель МС
 Петропавловская Я. А.

Одобрена цикловой методической
комиссией торгово-юридических
дисциплин
Протокол № 9 от 16.05.2023 г.
Председатель:  Журба Н.Н.

РАССМОТРЕНО
Педагогическим советом ОГБПОУ «КТЭК»
Протокол № 7 от 19.05.2023 г.
Приказ ОГБПОУ «КТЭК» от 24.05.2023 г.
№ 186 /п

Программа разработана на основе Федеральн
Государственного образовательного станд
(ФГОС) по специальностям сред
профессионального образования ((
укрупненной группы 38.00.00 Экономик
управление
по специальности:
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Зам. директора  А.А.Смирнова

2023 г.

Рабочая программа дисциплины разработана на основе Федерального Государственного образовательного стандарта (ФГОС) по специальностям среднего профессионального образования укрупненной группы 38.00.00. Экономика и управление по специальности 38.02.04 Коммерция, утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г., приказ N 539, 384 (вариативная часть), рекомендаций социальных партнёров, решения методического совета колледжа.

Организация-разработчик: ОГБПОУ «Костромской торгово–экономический колледж»

Автор: Рагожник Ф. А.

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ Управление продажами

1.1. Область применения рабочей программы. Рабочая программа учебной дисциплины является **вариативной** частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**. Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке специалистов в области торговли и сферы услуг.

1.2. Место дисциплины в структуре программы: Учебная дисциплина Управление продажами является вариативной, входит в профессиональный цикл и относится к общепрофессиональным дисциплинам программы. Профессиональное освоение данной учебной дисциплины как одной из составляющих частей учебного плана формирования дипломированного специалиста в области коммерции предусматривает предварительное изучение и освоение таких МДК, как Организация коммерческой деятельности, Маркетинг, Организация торговли и дисциплин Менеджмент, Экономика, Логистика и других. В соответствии с программами производственной и преддипломной практик вопросы дисциплины включаются в задание на практику для сбора информации, образцов рекламной продукции и подготовки к написанию выпускной квалификационной работы в целом или одной из ее составляющих частей.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Цели изучения дисциплины - освоение теории и практики управления продажами товаров и услуг, ознакомление студентов с передовым опытом и проблемами управления продажами в организации торговли и сферы услуг.

Задачи дисциплины:

- обеспечить овладение знаниями об управлении продажами;
- раскрыть содержание основных понятий, характеризующих управление продажами;
- освоить основные методы и технологии управления продажами;
- овладеть приемами решения задач в области управления продаж.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

- владеть современной терминологией и методологией в области управление продажами;
- использовать знания по управлению продажами для правильной организации продаж и оценки их эффективности;
- организовывать работу по проведению продаж товаров и услуг с использованием маркетинговых подходов;
- принимать решения по совершенствованию продаж;
- составлять комплекс продвижения продукции и планы рекламных кампаний в организации.

знать:

- цель и задачи управления продажами, систему продаж товарной продукции;
- цикл и виды товарных продаж;
- каналы товарной реализации и стратегии продвижения товара на рынок;
- методы выбора эффективных каналов сбыта в организациях различных форм собственности;
- управление товарным ассортиментом магазина;
- порядок и процесс прогнозирования объемов продаж
- факторы активизации продаж, мерчендайзинг, нейромаркетинг;
- особенности психологии покупателя, типы клиентов и способы работы с ними;
- способы взаимодействия с проблемными (конфликтными) клиентами;
- базовая схема процесса продаж;
- методы организации и проведения презентации товаров (услуг);
- приемы дополнительной продажи;
- стандарт коммерческого сервиса

Освоение дисциплины у обучающихся способствует формированию следующих компетенций (Компетентностная карта дисциплины).

Таблица 1- Компетентностная карта дисциплины

Код компетенции	Компетенция
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК-7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК-8	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения.
ОК-10	Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК-12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.
ПК- 1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.
ПК-1.7	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.
ПК-2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК-2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

Код ЛР	Перечень личностных компетенций, элементы которых формируются в рамках дисциплины
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.
ЛР 6	Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в сложных или стремительно меняющихся ситуациях.

ЛР 13	Принимающий цели и задачи научно-технологического, информационного, экономического развития России, готовый работать на их достижение; самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности, готовый к исполнению разнообразных социальных ролей, востребованных бизнесом, обществом и государством.
ЛР 14	Способный в цифровой среде проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных; стремящийся к формированию в сетевой среде личного и профессионального конструктивного «цифрового следа».
ЛР 15	Проявляющий эмоциональную устойчивость и способность её регулировать; демонстрирующий способность к стрессоустойчивости, умение работать в режиме многозадачности.
ЛР 16	Открытый текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий; демонстрирующий способность к коммуникационной активности в профессиональной сфере и эффективному поведению на рынке труда.
ЛР 17	Проявляющий умение планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, а также способность к самообучению; признающий ценность непрерывного образования, ориентирующийся на меняющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием.
ЛР 18	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

С целью закрепления и систематизации знаний, а также формирования самостоятельного мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в программе предусмотрен примерный перечень вопросов для самостоятельной работы студента.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
практические занятия	20
Самостоятельная работа обучающегося: всего	32
В том числе: Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Подготовка к практическим занятиям, оформление практических заданий. Выполнение индивидуальных заданий. Выполнение рефератов на заданную тему.	
Промежуточная аттестация в форме экзамена	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения	
1	2		3	4	
Тема 1. Сущность управления продажами. Понятие цикла товарных продаж.	Содержание учебного материала		8	2	ОК-1-4 ОК -6-8 ОК-10 ПК-1.1 ПК-1.7 ПК-2.3 ПК-2.6 ЛР 2, 3, 6, ЛР 7,9, 13 ЛР 14-18
	1	Тема 1. Сущность управления продажами. Сущность, цель и задачи управления продажами. Система продаж товарной продукции. Субъекты и объекты продаж товарной продукции. Тема 2. Продажи: составляющие, участники, цикл. Составляющие процесса продажи.. Участники продаж товара. Содержание технологии продаж. Цикл продаж			
	2	Тема 3. Виды и технологии продаж. Философия продаж. Виды и технологии продаж. Особенности продажи различных товаров и услуг			
	3	Тема 4. Личные продажи: преимущества, правила, принципы. 7 основных шагов в работе менеджера по продажам. Правила и принципы эффективных личных продаж.			
	4	Тема 5. Формирование образа успешного менеджера по продажам. Профессиональные компетенции. Секреты прирожденных продавцов. Классификация продавцов по манере поведения.			
		Практическое занятие 1.	2	3	
		Практикум: Профиль менеджера. Определение своих сильных и слабых сторон. Формирование образа успешного менеджера торгового зала. ПК и ОК, ЛР			
	Самостоятельная работа обучающихся № 1.	5	3		
	Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Составить конспект по теме «Стратегии работы менеджера и его типы»				
Тема 2. Продажи в розничной торговле	Содержание учебного материала		6	2	ОК-1-4 ОК -6-8 ОК-10 ПК-1.1 ПК-1.7 ПК-2.3 ПК-2.6 ЛР 2, 3, 6, ЛР 7,9, 13 ЛР 14-18
	1	Тема 6. Розничная торговля. Краткая характеристика. Тема 7. Повышение эффективности работы магазина. Цели магазина и товары в категории. Структура ассортимента розничной компании и ассортиментная матрица. Формула успеха в розничной торговле- LIM (less is more). Сравнение объема продаж текущего и прошедшего периодов, объем продаж на 1м ² , на погонный метр длины прилавка, на одну транзакцию, за час работы одного занятого.			
	2	Тема 8. Ассортимент и ассортиментная политика. Ассортимент товаров и его классификация. Ассортиментная политика, основные направления Тема 9. Формирование ассортимента в рознице. Процесс формирования ассортимента товаров, понятие ассортиментной матрицы. Формирование ассортимента товаров на предприятиях оптовой торговли			
	3	Тема 10. Свойства и показатели товарного ассортимента. Ключевые показатели ассортимента, их вычисление. Анализ ассортиментной политики			

	Практические занятия 2,3,4	6	3		
	Практическое занятие 2, 3. Освоение навыка управления ассортиментом розничного магазина. Изучение и анализ свойств и показателей ассортимента товаров в магазине. Рационализация товарного ассортимента. Урок-экскурсия по темам 8-10. Анализ процентного изменения объема продаж. Сравнение объема продаж текущего и прошедшего периодов, объем продаж на 1м ² , на погонный метр длины прилавка, на одну транзакцию, за час работы одного занятого.				
	Самостоятельная работа обучающихся №2.	6	3		
	Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Повторение материалов из МДК Организация торговли – тема 6 «Розничная торговля». Составить фотоотчет по результатам урока на производстве				
Тема 3. Факторы активизации продаж. Основы мерчендайзинга	Содержание учебного материала	8	2	ОК-1-4 ОК -6-8 ОК-10 ПК-1.1 ПК-1.7 ПК-2.3 ПК-2.6 ЛР 2, 3, 6, ЛР 7,9, 13 ЛР 14-18	
	1	Тема 11. Факторы активизации продаж: мерчендайзинг в розничной торговле. Сущность, цель и задачи мерчендайзинга. Визуальный мерчендайзинг, основные законы. Уровни мерчендайзинга. Правила визуального мерчендайзинга.			
	2	Тема 12. Факторы активизации продаж: выкладка товара Организация размещения и выкладки товаров. Выкладка товаров и ее виды Принципы выкладки в торговом зале. Рекомендации по выкладке товаров. Представление товара в торговом зале: размещение ценников, POS-материалов, визуальных компонентов внутримагазинной рекламы			
	3	Тема 13. Факторы активизации продаж: атмосфера магазина и ее компоненты Понятие технологической и психологической составляющей микромира магазина. Компонентами атмосферы магазина и их характеристика. Влияние цвета на поведение потребителей. Нейромаркетинг			
	4	Тема 14. Факторы активизации продаж: реклама в месте продажи. Классификация средств рекламы на месте продаж. Наружная реклама магазина. Внутримагазинная реклама. Основные принципы организации рекламного показа товаров в витринах магазина.			
		Практическое занятие 5, 6. Освоение навыка анализа выкладки товара на полках. Анализ факторов активизации продаж товаров в магазине.	4		3
		Самостоятельная работа обучающихся №3.	6		3
	Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Проанализировать принципы выкладки на примере конкретного товара. Составить фотоотчет по результатам урока на производстве				

ТЕМА 4. Особенности психологии покупателя.	Содержание учебного материала		10	2	ОК-1-4 ОК -6-8 ОК-10 ПК-1.1 ПК-1.7 ПК-2.3 ПК-2.6 ЛР 2, 3, 6, ЛР 7,9, 13 ЛР 14-18
	1	Тема 15. Управление продажами на основе использования психологических особенностей покупателя. Пирамида клиентов. Основные потребительские мотивы и импульсы клиентов. Основные психологические типы клиентов и методы работы с ними			
	2	Тема 16. Психологические типы покупателей, особенности работы с ними. Основные психологические типы клиентов и методы работы с ними. Классификация типов личностей, принимающих решения. Характеристики покупателей по признакам психогометрии. Классификация покупателей по степени готовности к покупке. Как покупают мужчины и женщины. Приемы общения с покупателем. Тема 17. Психологические аспекты поведения отдельных групп покупателей в торговом зале магазина			
	3	Тема 18. Психология невербального общения в процессе продаж. Невербальные каналы общения, которые увеличат объем продаж. Ложь в процессе продаж			
	4	Тема 19. Управление процессом продажи при работе с проблемными клиентами. Характеристика конфликтных клиентов. Эффективное разрешение конфликтов в магазине. Правила поведения в конфликте. Агрессивный покупатель: правила нейтрализации			
	5	Тема 20. Тайные манипуляции клиентами в процессе продаж Как воспринимать отказ от покупки? Тайная манипуляция клиентами. Как правильно вести себя, если клиент подаёт жалобу			
	Практическое занятие 7, 8.		4	3	
	Освоение умения использовать знание психологических особенностей личности для управления процессом продажи. Составление портрета типичного покупателя конкретного товара- по бизнес-плану.				
	Самостоятельная работа обучающихся № 4.		7	3	
	Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Выполнение индивидуальных заданий -подготовить презентацию по теме: Классификация покупателей, правила работы менеджера по продажам.				

Тема 5. Технология продаж. Техника коммуникации продавца с клиентом.	Содержание учебного материала		12	2	ОК-1-4 ОК -6-8 ОК-10 ПК-1.1 ПК-1.7 ПК-2.3 ПК-2.6 ЛР 2, 3, 6, ЛР 7,9, 13 ЛР 14-18
	1	Тема 21. Базовая схема процесса продаж. Установление контакта. Понятие базовой схемы процесса продаж. Установление контакта с покупателем, создание атмосферы общения. Этапы и приемы установления контактов. Выяснение потребности покупателя, виды вопросов			
	2	Тема 22. Методы организации и проведения презентации товаров (услуг). Этапы представления товара. Структура презентации, формула ВИЖУД, техника ОПЦ и СВ. Правила проведения презентации. Методы проведения презентации.			
	3	Тема 24. Аргументирование в процессе продаж. Понятие убеждения, структура аргументации. Элементы процесса убеждения. Аргументы сильные, слабые, несостоятельные. Классические правила убеждения. Законы аргументации и убеждения. Методы убеждения и аргументирования. Ошибки менеджера по продажам			
	4	Тема 25. Работа с возражениями клиентов при продаже. Причины возражений, их виды. Техника работы с возражениями. Техники различения ложного и истинного возражения. Правила работы с окончательным отказом. Работа с жалобами клиентов			
	5	Тема 26. Управление процессом заключения сделки. Методы завершения продажи. Новая парадигма продаж Правила для менеджера при заключении сделки Тема 27. Контроль продаж. Цели и задачи контроля продаж. Понятие мониторинга продаж			
	6	Тема 28. Стрессы при продажах, пути их преодоления. Стрессы при продажах. Защита от трудных клиентов. Способы снять нервно-эмоциональное напряжение. Этика торгового персонала и этикет торговых отношений.			
	Практическое занятие 9,10.		4	3	
	Практическое занятие 9,10. Освоение навыка анализа стресса при продажах, изучение путей его преодоления. Изучение способов защиты от трудных клиентов. Способы снять нервно-эмоциональное напряжение. Приемы, позволяющие справиться с собственным раздражением.				
	Самостоятельная работа обучающихся № 5.		8	3	
Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Выполнение индивидуальных заданий по темам 25 и 26.					
Всего:			96		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета Менеджмента и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- библиотечный фонд колледжа.

Наглядные пособия:

- раздаточный материал к практическим занятиям;
- видеотека по курсу;
- программное обеспечение.

Технические средства обучения:

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в интернет, мультимедиапроектор, доска.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Кондрашов В.М. Менеджмент продаж: учебное пособие. - М.: Вузовский учебник, 2019. -243с

Дополнительные источники:

2. Клочкова М.С., Логинова Е.Ю., Якорева А.С. Мерчендайзинг: учебно-практическое пособие. - М.: Дашков и К°, 2019.- 213с.
3. Коноплев С.П., Коноплева В.С. Менеджмент продаж: учебное пособие. - М.: ИНФРАМ, 2019.- 264с.
4. Кузнецов И.Н. Управление продажами: учебно-практическое пособие. - М.: Дашков и К°, 2020.- 342с.
5. Психология и этика делового общения: Учебник / под ред. В. Н. Лавриненко. - 5-е изд.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020.-415с.

Интернет – ресурсы:

1. <http://www.torgrus.ru> - Новости и технологии торгового бизнеса
2. <http://www.marketingnews.ru/>
3. <http://www.marketingpro.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
владеть современной терминологией и методологией в области управление продажами;	оценка публичного выступления;
использовать знания по управлению продажами для правильной организации продаж и оценки их	защита практических работ;
организовывать работу по проведению продаж товаров и услуг с использованием маркетинговых подходов;	защита презентаций; защита индивидуальных заданий, докладов; экзамен
применять сравнительные методы планирования	защита практических работ;
принимать решения по совершенствованию продаж;	оценка выполнения индивидуальных заданий;
Знания	
цель и задачи управления продажами, систему продаж товарной продукции;	тестирование; оценка публичного выступления;
каналы товарной реализации и стратегии продвижения товара на рынок;	оценка выполнения тестового задания, защита практических работ;
методы выбора эффективных каналов сбыта в организациях различных форм собственности;	оценка выполнения тестового задания
управление товарным ассортиментом магазина;	защита практических работ; оценка выполнения индивидуальных заданий;
порядок и процесс прогнозирования объемов продаж	защита индивидуальных заданий; оценка решения задач;
цели и задачи мерчендайзинга, нейромаркетинг;	оценка участия в тренинге, оценка защиты презентаций;
особенности психологии покупателя, основные типы клиентов и способы работы с ними;	защита рефератов;
способы взаимодействия с проблемными(конфликтными) клиентами;	защита индивидуальных заданий;
базовая схема процесса продаж;	оценка выполнения тестового задания;
методы организации и проведения презентации товаров (услуг);	защита индивидуальных заданий;
приемы дополнительной продажи;	защита индивидуальных заданий;
стандарт коммерческого сервиса	защита индивидуальных заданий;

ОК	
ОК-1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей профессии на практических занятиях, участие в конкурсах, олимпиадах.
ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Демонстрирует стремление к саморазвитию, активности, исполнительности. Умеет сознательно организовывать свою познавательную деятельность.
ОК-3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрирует на практических занятиях умение принимать правильные обоснованные решения, дает характеристики основным методам принятия решений.
ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	На практических занятиях демонстрирует умения в поиске профессиональной информации, умеет правильно анализировать и использовать полученную
ОК-6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Демонстрирует умение работать в коллективе и в команде, умеет организовывать групповую работу; умеет правильно выбрать стиль руководства работой исполнителей.
ОК-7 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Демонстрирует стремление к саморазвитию, активности, ответственности. Умеет сознательно организовывать свою познавательную деятельность. Демонстрирует полноту знаний о служебно-профессиональном
ОК-8 Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства	Демонстрация интереса к здоровому образу жизни.
ОК-10 Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.	Умеет грамотно вести деловую беседу, проводить собеседование.
ОК-12 Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Демонстрирует полноту знаний законодательных требований и нормативных документов в области управления персоналом
ПК	
ПК-1.1 Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.	Умеет грамотно вести деловую беседу, проводить собеседование.
ПК-1.7 Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.	Демонстрирует умение работать в коллективе и в команде, умеет правильно выбрать стиль поведения и общения в группе. Умеет разрешать конфликты. Знает виды конфликта,
ПК-2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых	Демонстрирует умение работать с документами

ПК-2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Демонстрирует умение работать с документами, внешней информацией
ПК-2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Демонстрирует умение работать с исполнителями в команде
ЛР	
ЛР 2. Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.	Наблюдение за поведением обучающихся, взаимоотношениями с другими людьми. Посещаемость учебных занятий и учебная деятельность Выполнение творческих заданий, участие в конкурсах и олимпиадах Освоение дополнительных общеразвивающих программ
ЛР 3. Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.	Показатели рейтинга успеваемости обучающегося Участие обучающихся в различных акциях и мероприятиях, в т. ч. патриотической направленности Участие в беседах профилактического характера Анкетирования и тестирования различного вида Участие в субботниках, генеральных уборках Помощь преподавателю в различных делах
ЛР 6. Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.	Участие в спортивных соревнованиях, посещение спортивных секций Индивидуальные беседы
ЛР 7. Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	
ЛР 9. Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	
ЛР 13. Принимающий цели и задачи научно-технологического, информационного, экономического развития России, готовый работать на их достижение; самостоятельный и ответственный в принятии решений во всех сферах своей деятельности, готовый к исполнению разнообразных социальных ролей, востребованных	Наблюдение за поведением обучающихся, взаимоотношениями с другими людьми. Посещаемость учебных занятий и учебная деятельность Выполнение творческих заданий, участие в конкурсах и олимпиадах Освоение дополнительных общеразвивающих программ
ЛР 14. Способный в цифровой среде проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных; стремящийся к формированию в сетевой среде личностного и профессионального конструктивного «цифрового	Показатели рейтинга успеваемости обучающегося Участие обучающихся в различных акциях и мероприятиях, в т. ч. патриотической направленности Участие в беседах профилактического характера

<p>ЛР 15. Проявляющий эмоциональную устойчивость и способность её регулировать; демонстрирующий способность к стрессоустойчивости, умение работать в режиме многозадачности.</p>	<p>Анкетирования и тестирования различного вида Участие в субботниках, генеральных уборках Помощь преподавателю в различных делах Участие в спортивных соревнованиях, посещение спортивных секций</p>
<p>ЛР 16. Открытый текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий; демонстрирующий способность к коммуникационной активности в профессиональной сфере и эффективному поведению на рынке труда.</p>	<p>Индивидуальные беседы</p>
<p>ЛР 17. Проявляющий умение планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, а также способность к самообучению; признающий ценность непрерывного образования, ориентирующийся на меняющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным</p>	
<p>ЛР 18. Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость</p>	

Перечень практических занятий

Наименование разделов и тем	Номер и наименование практических занятий
<p>Тема 1. Сущность управления продажами. Понятие цикла товарных продаж</p>	<p>Практическое занятие 1. Практикум: Формирование образа успешного менеджера по продажам. Определение своих сильных и слабых сторон. Формирование образа успешного менеджера торгового зала. ПК и ОК, ЛР.</p>
<p>Тема 2. Продажи в розничной торговле.</p>	<p>Практическое занятие 2, 3. Освоение навыка управления ассортиментом розничного магазина. Изучение и анализ свойств и показателей ассортимента товаров в магазине. Рационализация товарного ассортимента. Урок-экскурсия по темам 8-12</p> <p>Практическое занятие 4. Освоение навыка управления ассортиментом розничного магазина. Анализ процентного изменения объема продаж. Сравнение объема продаж текущего и прошедшего периодов. Объем продаж на квадратный метр. Объем продаж на погонный метр длины прилавка. Объем продаж на одну транзакцию. Объем продаж за час работы одного занятого.</p>

Тема 3. Факторы активизации продаж. Основы мерчендайзинга	Практическое занятие 5,6. Освоение навыка анализа выкладки товара на полках. Анализ факторов активизации продаж товаров в магазине. Урок-экскурсия по темам 13-15
Тема 4. Особенности психологии покупателя	Практическое занятие 7, 8. Освоение умения использовать знание психологических особенностей личности для управления процессом продажи. Составление портрета типичного покупателя конкретного товара- по бизнес-плану.
Тема 5. Технология продаж. Техника коммуникации продавца с клиентом	Практическое занятие 9,10. Освоение навыка анализа стресса при продажах, изучение путей его преодоления. Изучение способов защиты от трудных клиентов. Способы снять нервно-эмоциональное напряжение. Приемы, позволяющие справиться с собственным раздражением.

Самостоятельная работа обучающихся – 32 часа.

Тема 1. Сущность управления продажами. Понятие цикла товарных продаж

Самостоятельная работа № 1 - 5 часов. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Составить конспект по теме «Стратегии работы менеджера и его типы»

Тема 2. Продажи в розничной торговле

Самостоятельная работа № 3 - 6 часов. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Повторение материалов из МДК Организация торговли – тема 6 «Розничная торговля». Составить фотоотчет по результатам урока на производстве

Тема 3. Факторы активизации продаж. Основы мерчендайзинга

Самостоятельная работа № 3 - 6 часов. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Проанализировать принципы выкладки на примере конкретного товара. Составить фотоотчет по результатам урока на производстве

Тема 4. Особенности психологии покупателя

Самостоятельная работа № 4 - 7 часов. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Выполнение индивидуальных заданий -подготовить презентацию по теме: Классификация покупателей, правила работы менеджера по продажам

Тема 5. Технология продаж. Техника коммуникации продавца с клиентом

Самостоятельная работа № 6 - 8 часов. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Выполнение индивидуальных заданий по темам дисциплины