

**АДАптиРОВАННАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.12. Управление продажами

(для обучающихся с инвалидностью по слуху)

2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 года N 539, Письма Министерства просвещения РФ от 9 сентября 2022 года № 05-1999 «О направлении информации» (вместе с "Методическими рекомендациями по разработке (актуализации) и реализации примерных адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования").

СОДЕРЖАНИЕ	стр.
1. ПАСПОРТ АДАптиРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ АДАптиРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ПАСПОРТ АДАПТИРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.12. Управление продажами

1.1. Область применения адаптированной рабочей программы учебной дисциплины

Адаптированная рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**, для студентов с инвалидностью по слуху.

Адаптированная рабочая программа учебной дисциплины предназначена для студентов с нарушениями слуха в профессиональных образовательных организациях, реализующих образовательную программу подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ).

Программа, адаптированная для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающая коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

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 приёмами 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **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 объёмов 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.

Формируемые компетенции

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО по данной специальности.

Общие компетенции:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

.

Профессиональные компетенции:

ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнёрами, 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 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

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.

Освоение адаптированной рабочей программы по учебной дисциплине ориентировано на решение следующих задач:

- повышение уровня доступности среднего профессионального образования для лиц с инвалидностью;
- повышение качества среднего профессионального образования лиц с инвалидностью;
- создание в колледже специальных условий, необходимых для получения среднего профессионального образования лицами с инвалидностью, их адаптации и социализации;
- возможность формирования индивидуальной образовательной траектории для обучающихся с инвалидностью;
- формирование в колледже толерантной социокультурной среды.

- При обучении лиц с инвалидностью по слуху следует учитывать особенности психофизиологических, слухоречевых и познавательных возможностей обучаемых. Это обуславливает особенности преподавания, которые включают в себя коррекционную направленность обучения, сопровождение переводчика русского жестового языка и специфических средств общения с глухими и слабослышащими студентами, специфический выбор методических приемов в преподавании лицам с нарушением слуха. При подготовке к занятию и дозировании учебного материала необходимо учитывать характер формируемого понятия или умения, принимать во внимание конкретный уровень знаний, имеющийся у обучающихся на каждом этапе, предусматривать контроль усвоения образовательной программы. Обязательными элементами каждого занятия при обучении всех учащихся являются название темы, постановка цели, сообщение и запись плана занятия, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала. Необходимым компонентом занятий является словарная работа, т.е. работа по обогащению и развитию речи глухих и слабослышащих, дополнительная индивидуальная работа с переводчиком русского жестового языка.

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - **96** часов, в том числе:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - **64** часа;
 самостоятельной работы обучающегося - **32** часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
практические занятия	20
Самостоятельная работа обучающегося: всего	32

<p>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.</p>	
<p>Промежуточная аттестация в форме экзамена</p>	

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
	1 Менеджер по продажам: специфика требований к профессии. Профессиональные качества менеджера по продажам. Профессиональный и карьерный рост. Понятие личных продаж, преимущества, правила. Субъекты и объекты продаж.		
	2 Цель и задачи управления продажами. Ключевые положения управления продажами. Понятие технологии продаж. Рыночная среда как основа менеджмента продаж. Характеристика макро- и микросреды. Деловая среда. Влияние деловой среды на уровни продаж		
	3 Система продаж товарной продукции (схема): окружающая среда, клиент, продавец, технология продаж. Стадии развития системы продаж. Функции менеджмента продаж: планирование продаж, организация продаж, мотивация продаж, контроль продаж.		
	4 Цикл и виды товарных продаж. Составляющие процесса продажи продукта: товар, обслуживание, ассортимент, цена, каналы доставки, продвижение. Цикл продажи: поиск потенциальных покупателей, планирование продажи, подход (сбор информации о покупателе), презентация (показ), преодоление возражений, завершение продажи, исполнение заказа. Участники продажи товарной продукции.		
	Практическое занятие 1.	2	3
	Практикум: Профиль менеджера. Определение своих сильных и слабых сторон. Формирование образа успешного менеджера торгового зала. ПК и ОК. 7 секретов прирожденных продавцов. Классификация продавцов по манере поведения.		
	Самостоятельная работа обучающихся № 1.	5	3
	Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Составить конспект по теме: Субъекты и объекты продаж товарной продукции. Заполнить таблицу: Классификация и характеристика основных типов потребительских товаров.		
Тема 2. Система товародвижения. Каналы товарной реализации.	Содержание учебного материала	4	2
	1 Система товародвижения, значение. Стратегии продвижения товара на рынок. Характеристика стратегии «проталкивания», стратегии «протягивания». Критерии выбора стратегии продвижения. Эффективность системы товародвижения. Показатели уровня обслуживания: доступность, функциональность, надёжность. 2 Каналы товарной реализации. Оптовая торговля. Типы оптовых продаж, сложные продажи. Маркетинговая стратегия выбора поставщика. Критерии выбора поставщика. Риски при выборе поставщиков. Оценка экономического эффекта при выборе поставщиков. Технология формирования базы поставщиков. Технологии поиска новых поставщиков.		

	Практическое занятие 2.	2	3
	Освоение навыка управления оптовыми продажами. Критерии выбора поставщика. Анализ оптовых продаж. Решение задач.		
	Самостоятельная работа обучающихся № 2.	3	3
	Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Повторение тем из дисциплин логистика и маркетинг «Система товародвижения». Составить конспект по теме: Типы оптовых продаж.		
Тема 3. Продажи в розничной торговле	Содержание учебного материала	6	2
	1 Продажи в розничной торговле. Розничная торговля. Внемагазинная розничная торговля. Критерии выбора торговой площади под магазин. Факторы, определяющие месторасположение магазина.		
	2 Управление товарным ассортиментом магазина. Концепция управления товарным ассортиментом. Задачи и принципы управления товарным ассортиментом. Этапы формирования ассортимента в магазине. Стратегия и тактика управления ассортиментом.		
	3 Планирование продаж. Планирование товарооборота в натуральном и стоимостном выражении. Анализ прибыльности категорий товара. Прогнозирование спроса на товары.		
	Практические занятия 3, 4, 5.	6	2
	Освоение навыка управления ассортиментом розничного магазина. Изучение и анализ свойств и показателей ассортимента товаров в магазине. Рационализация товарного ассортимента. Практическая применимость ABC- и XYZ-анализа для увеличения продаж и прибыли компании. ABC- анализ. Критерии эффективности деятельности в розничной торговле. Процентное изменение 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.		
	Самостоятельная работа обучающихся № 3.	6	3
	Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Повторение материалов из дисциплин логистика и маркетинг. Составить конспект по теме: Расположение товара в торговом зале. Размещение торгового оборудования. Разобрать принципы управления ассортиментом, формированию структуры ассортимента.		

Тема 4. Факторы активизации продаж. Основы мерчендайзинга	Содержание учебного материала		6	2
	1	Экономическое стимулирование сбыта: ценовые и неценовые методы. Технологическое стимулирование сбыта: использование оптимальных объёмных, конструкционных и цветовых решений. Влияние интерьера на подсознательные мотивы покупательского поведения. Способы манипулирования покупательским поведением. Мотивационное стимулирование сбыта: основные формы и методы материального стимулирования труда продавцов и их влияние на трудовое поведение персонала.		
	2	Мерчендайзинг , его виды (визуальный, коммуникативный). Цели и задачи мерчендайзинга. Принципы мерчендайзинга. 3 уровня мерчендайзинга: внешний вид магазина, планировка торгового зала, выкладка товара на полках. Виды выкладки товара. Правила выкладки товара. Атмосфера магазина. Витринистика. Интерьер мест продажи, общие правила цветового оформления, стимулирующие сбыт товаров и услуг. Влияние цветовых решений интерьера на покупательское поведение. Нейромаркетинг.		
	Практическое занятие 6. Освоение навыка анализа выкладки товара на полках. Анализ факторов активизации продаж товаров в магазине.		2	3
	Самостоятельная работа обучающихся №4.		4	3
Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Разобрать проанализировать главные принципы выкладки на примере конкретного магазина. Проанализировать функции упаковки с учетом её психологического влияния на покупательские предпочтения, проанализировать эффективность упаковки на конкретном примере.				
ТЕМА 5. Особенности психологии покупателя.	Содержание учебного материала		8	2
	1	Управление покупателем. Пирамида клиентов. Закон Парето. Классификация покупателей по манере поведения и темпераменту. Основные типы клиентов и способы работы с ними. Категории клиентов по степени готовности к покупке (Зритель, Жалобщик, Покупатель), особенности их невербального поведения и правила работы с ними. Варианты поведения людей при покупке (консерваторы, «охотники за ценами», исследователи).		
	2	Психология невербального общения. Основные невербальные каналы общения. Пространственная характеристика личной, интимной, социальной, публичной зон межличностного общения. Характеристика основных групп популярных жестов. Мимика: лицо, как главный источник информации; взгляд – специфика делового, светского взгляда; интонация – особенности взаимодействия речевых невербальных каналов общения.		
	3	Работа с проблемными (конфликтными) клиентами в процессе продажи. Способы взаимодействия с проблемными клиентами. Шкала агрессивности клиентов. Поведенческие приемы, используемые в ответ на негативное воздействие клиента. Невербальные способы ликвидации конфликта.. Приемы, снижающие напряжённость в «трудной ситуации».		
	Практическое занятие 7, 8.		4	3

	1	Освоение умения использовать знание психологических особенностей личности для управления процессом продажи. Тренинг "Управление продажами на основе использования психологических особенностей покупателя". Упражнение: "Превращение характеристик товара в удовлетворение потребностей клиента".	6	3
	2	Освоение умения использовать знание психологических особенностей личности для управления процессом продажи. Схема работы с недовольным клиентом. Работа с претензиями, жалобами, рекламациями. Тренинг "Управление процессом продажи при работе с проблемными клиентами".		
	Самостоятельная работа обучающихся. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Повторение материалов из дисциплины маркетинг Демографические, социальные и индивидуально-психологические факторы, определяющие поведение покупателя. Составить конспект по теме: Типы и поведение потребителей.			
Тема 6. Технология продаж. Техника коммуникации продавца с клиентом.	Содержание учебного материала		12	2
	1	Базовая схема процесса продаж. Этапы продажи. 5 правил прохождения этапов продаж. Сбор информации о клиенте. Этап вступления в контакт. Создание атмосферы общения: взаимного доверия, "эмоционального комфорта", терпимости. Факторы, способствующие быстрому установлению взаимопонимания. Выяснение потребности покупателя. Способы выяснения потребностей. Виды вопросов: открытые, закрытые, условно закрытые, альтернативные, прямые, манипулятивные и др.		
	2	Торговая презентация. Эффективные методы организации и проведения презентации товаров (услуг). Презентация как этап продажи и как самостоятельная акция. Схема проведения презентации, уменьшающая количество потенциальных возражений. Приемы удачной презентации, помогающие подчеркнуть преимущества предложения, важные для клиента. Метафоры и сравнения. Пирамида продаж (себя, продукта, компании). Вредные и полезные слова при аргументации. Презентация в форме диалога. Правила презентации. Формула ВИЖУД. Принцип СВ. Ошибки при презентации товаров (услуг), препятствующие установлению контакта с потребителем.		
	3	Создание условий для принятия покупателем решения о покупке. Методы аргументации (метод Сократа, метод двусторонней аргументации, метод перелицовки аргументов, метод развертывания аргументации, метод разделения аргументов). Приемы убеждения клиента. Преодоление возражений клиента и отказов. Схема работы с возражениями. Работа с возражением при продаже. Общие правила обработки возражений. Виды сопротивлений клиента. Техники различения ложного и истинного возражения. Формы обработки возражений. Частные методы обработки возражений. Работа с окончательным отказом. Манипуляции в продажах.		
	4	Управление процессом заключения сделки. Тактика общения на завершающем этапе. Стимулирование клиента на принятие решения. Этапы завершения сделки: уточнение сомнений, резюмирование преимуществ, предложение завершения. Способы завершения сделки: прямой, альтернативный, аудиальный, обвиняющий, гипнотизирующий, экономический и др. Ошибки менеджера. Приемы дополнительной продажи. Формирование у менеджеров навыков и технологий эффективного		

	проведения сделки.		
5	Стандарт коммерческого сервиса. Правила и установки, заложенные в стандарте коммерческого сервиса. Качество и культура торгового обслуживания, влияние на активность покупательского поведения.		
6	Этика торгового персонала и этикет торговых отношений.		
Практическое занятие 9, 10.		4	3
Освоение навыка (умения) использовать знание психологических особенностей личности для управления процессом продажи. Тренинг эффективной презентации товара. Упражнение на основе теста "Самодиагностика стиля продаж". Освоение навыков (умения), позволяющих повысить эффективность профессиональной деятельности на всех этапах управления продажами. Стрессменеджмент в сфере продаж. Упражнения, помогающие укрепить уверенность в себе. Освоение кремов, позволяющих снять раздражение и эмоциональное напряжение.			
Самостоятельная работа обучающихся № 6.		8	3
Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Повторение материала из дисциплины маркетинг. Составить конспект по теме «Виды вопросов». Составить конспект по теме «Манипуляции в продажах». Подготовка докладов на тему: «Этика торгового персонала и этикет торговых отношений».			
Всего:		96	

Перечень практических занятий

Наименование разделов и тем	Номер и наименование практических занятий
Тема 1. Сущность управления продажами. Понятие цикла товарных продаж	Практическое занятие 1. Практикум: Профиль менеджера. Определение сильных и слабых сторон. Формирование образа успешного менеджера торгового зала.
Тема 2. Система товародвижения. Каналы товарной реализации.	Практическое занятие 2. Освоение навыка управления оптовыми продажами. Критерии выбора поставщика. Анализ оптовых продаж.
Тема 3. Продажи в розничной торговле.	Практическое занятие 3. Освоение навыка управления ассортиментом розничного магазина. Изучение и анализ свойств и показателей ассортимента товаров в магазине.
	Практическое занятие 4. Практическая применимость ABC- и XYZ-анализа для увеличения продаж и прибыли компании. ABC-анализ.
	Практическое занятие 5. Процентное изменение объёма продаж (объема продаж текущего и прошедшего периодов, объем продаж на квадратный метр, объем продаж на метр длины прилавка и др.)
Тема 4. Факторы активизации продаж. Основы мерчендайзинга	Практическое занятие 6. Освоение навыка анализа выкладки товара на полках. Анализ факторов активизации продаж товаров в магазине.
Тема 5. Особенности психологии покупателя	Практическое занятие 7. Освоение умения использовать знание психологических особенностей личности для управления процессом продажи. Тренинг "Управление продажами на основе использования психологических особенностей покупателя".
	Практическое занятие 8. Работа с претензиями, жалобами, рекламациями. Тренинг "Управление процессом продажи при работе с проблемными клиентами".
Тема 6. Технология продаж. Техника коммуникации продавца с клиентом	Практическое занятие 9. Тренинг эффективной презентации товара. Упражнение на основе теста "Самодиагностика стиля продаж".
	Практическое занятие 10. Освоение навыков (умения), позволяющих повысить эффективность профессиональной деятельности Упражнения, помогающие укрепить уверенность в себе. Освоение приёмов, позволяющих снять раздражение и эмоциональное напряжение.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Требования к реализации адаптированной рабочей программы для обучающихся с инвалидностью по слуху:

Наличие специальных мест в аудиториях для слушателей с инвалидностью и /или ограниченными возможностями здоровья по слуху. В каждом учебном помещении (в лекционных аудиториях, кабинетах для практических занятий, учебных мастерских, библиотеке и иных помещениях) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 месту для обучающихся с нарушениями слуха. Оборудование специальных учебных мест предполагает замену двухместных столов на одноместные. В общем случае в стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для слушателей с нарушением слуха. Учебные аудитории, в которой обучаются слушатели с нарушением слуха, оборудованы радио-классом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, телевизор), электронной доской, документ-камерой, мультимедийной системой.

Соблюдение требований к оснащению (оборудованию) специальных рабочих мест для инвалидов с нарушениями слуха с учетом выполняемой трудовой функции:

а) наличие звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для слушателей с нарушением слуха;

б) для слабослышащих обучающихся использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации утраченной или нарушенной слуховой функции. Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в процессе обучения.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для слушателей с инвалидностью и /или ограниченными возможностями здоровья по слуху.

Наличие системы сигнализации и оповещения для слушателей с инвалидностью и /или ограниченными возможностями здоровья по слуху.

Наличие компьютерной техники со специальным программным обеспечением, адаптированной для слушателей с инвалидностью и /или ограниченными возможностями здоровья по слуху, альтернативных устройств ввода информации и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушением слуха..

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

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

Дополнительные источники:

1. Ключкова М.С., Логинова Е.Ю., Якорева А.С. Мерчендайзинг: учебно-практическое пособие. - М.: Дашков и К°, 2022.- 213с.
2. Коноплев С.П., Коноплева В.С. Менеджмент продаж: учебное пособие. -- М.: ИНФРАМ, 2022.- 264с.
3. Кузнецов И.Н. Управление продажами: учебно-практическое пособие. - М.: Дашков и К°, 2022.- 342с.
4. 5. Психология и этика делового общения: Учебник / под ред. В. Н. Лавриненко. - 5-е изд.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.-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

Текущий контроль успеваемости осуществляется для обучающихся с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья по слуху в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также выполнения индивидуальных работ, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся с инвалидностью и /или с ограниченными возможностями здоровья по слуху имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма промежуточной аттестации для слушателей с инвалидностью и /или с ограниченными возможностями здоровья по слуху устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости рекомендуется предусмотреть для них увеличение времени на подготовку к дифференцированному зачету, а также предоставлять дополнительное время для подготовки ответа на дифференцированном зачете. При необходимости для обучающихся с инвалидностью и /или с ограниченными возможностями здоровья по слуху промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов. Для этого используется

рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала..

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
- владеть современной терминологией и методологией в области управление	оценка публичного выступления;
- использовать знания по управлению продажами для правильной организации продаж и оценки их эффективности;	защита практических работ;
- организовывать работу по проведению продаж товаров и услуг с использованием маркетинговых подходов;	защита презентаций; защита индивидуальных заданий, докладов;
- применять сравнительные методы планирования продаж;	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 объёмов 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	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;
Общие компетенции:	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Демонстрация интереса к будущей профессии на практических занятиях, участие в конкурсах, олимпиадах.
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Демонстрирует стремление к саморазвитию, активности, исполнительности. Умеет сознательно организовывать свою познавательную деятельность.
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Демонстрирует на практических занятиях умение принимать правильные обоснованные решения, даёт характеристики основным методам принятия решений.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	На практических занятиях демонстрирует умения в поиске профессиональной информации, умеет правильно анализировать и использовать полученную информацию.
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Демонстрирует умение работать в коллективе и в команде, умеет организовывать групповую работу; умеет правильно выбрать стиль руководства работой исполнителей.

<p>ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.</p>	<p>Демонстрирует стремление к саморазвитию, активности, ответственности. Умеет сознательно организовывать свою познавательную деятельность. Демонстрирует полноту знаний о служебно-профессиональном продвижении, мотивировании персонала. Участвует в конкурсах, конференциях и др.</p>
<p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p>	<p>Демонстрация интереса к здоровому образу жизни.</p>
<p>Профессиональные компетенции:</p>	
<p>ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнёрами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.</p>	<p>Умеет грамотно вести деловую беседу, проводить собеседование.</p>
<p>ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.</p>	<p>Демонстрирует умение работать в коллективе и в команде, умеет правильно выбрать стиль поведения и общения в группе. Умеет разрешать конфликты. Знает виды конфликта, причины, способы разрешения.</p>
<p>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p>	<p>Демонстрирует умение работать с документами</p>
<p>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p>	<p>Демонстрирует умение работать с документами, внешней информацией</p>
<p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p>	<p>Демонстрирует умение работать с исполнителями в команде</p>

