

**АДАптированная рабочая программа учебной
дисциплины
ОП.12. Управление продажами
(для студентов с инвалидностью по зрению)**

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 зрению.

Адаптированная рабочая программа учебной дисциплины предназначена для студентов с нарушениями зрения 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 ориентированы 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.

Специфика обучения лиц с нарушением зрения предусматривает:

- использование словесных методов: рассказ, объяснение, инструктаж, лекция, беседа;
- использование наглядного материала разных видов:
- натуральные наглядные пособия (предметы, которые специально подбираются в соответствии с изучаемой темой урока);
- иллюстрации, репродукции картин, фотоматериалы, слайды, кино- и видеоматериалы, плакаты;
- графические наглядные пособия (таблицы, схемы);
- допустимая продолжительность непрерывной зрительной нагрузки для слабовидящих обучающихся составляет 15-20 минут.

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
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
	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 сопротивления 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 зрению:

Материально-техническое оснащение для студентов с инвалидностью по зрению

Организация рабочего места

- рекомендуется выделить для обучающегося место в первом ряду, у окна
- учебные помещения оборудуются комбинированной системой общего искусственного и местного освещения. Суммарный уровень освещенности от общего и местного освещения должен составлять: для обучающихся с высокой степенью осложненной близорукости и высокой степенью дальновидности – 1000 лк; для обучающихся с поражением сетчатки и зрительного нерва (без светобоязни) – 1000-1500 лк; для обучающихся со светобоязнью – не более 500 лк.
- для обучающихся со светобоязнью над учебными столами предусматривается отдельное включение отдельных групп светильников общего освещения
- парты и столы обучающихся, страдающих светобоязнью, размещаются таким образом, чтобы не было прямого, раздражающего попадания света в глаза обучающихся
- в учебных аудиториях окраска дверей и дверных наличников, выступающих частей мебели и оборудования должна контрастировать с окраской стен и иметь матовую поверхность
- для обеспечения ориентировки в здании, сокращения излишних передвижений, а также для безопасности обучающихся учебные и иные помещения для них желательно размещать не выше второго этажа
- опасные для обучающихся с нарушением зрения места должны иметь ограждения, обеспечивающие полную безопасность; двери и шкафы всегда должны быть закрыты, их нельзя оставлять приоткрытыми
- обучающихся необходимо предупреждать об изменении расположения мебели в аудитории, привычного расположения предметов, которыми он пользуется
- использование в аудитории визуальных ориентиров, выполненных яркими цветами, пиктограмм, освещаемых указателей, надписей, подсветки в затемненных местах (в шкафах для книг, пособий)
- комплект оснащения для стационарного рабочего места для незрячего или слабовидящего пользователя: персональный компьютер с большим монитором (19 - 24"), с программой экранного доступа JAWS, программой экранного увеличения MAGic, ZoomText) и дисплеем, использующим систему Брайля (рельефно-точечного шрифт), читающая машина, портативный видеувеличитель

-комплект оснащения для мобильного рабочего места для незрячего или слабовидящего пользователя: ноутбук (или нетбук) с программой экранного доступа JAWS, программой экранного увеличения MAGic, ZoomText) и портативным дисплеем, использующим системы Брайля (рельефно-точечный шрифт), портативный видеоувеличитель, тифломаркер.

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 и промежуточной аттестации для студентов с инвалидностью по зрению осуществляется на основе фондов контрольно-оценочных средств. Оценочные средства могут быть представлены в виде: стандартизированных письменных и устных работ, проектов, практических и лабораторных работ, творческих заданий и др., при условии обеспечения доступности материалов для зрительного, осязательно-зрительного восприятия слабовидящими обучающимися и/или зрительно-слухового восприятия (объемные условия заданий и тексты контрольно-измерительных материалов для слабовидящих, по медицинским показаниям, имеющим существенные ограничения зрительной нагрузки, могут дополнительно озвучиваться ассистентом или программным обеспечением, установленным на техническое средство со встроенным синтезатором речи и аудиовыходом).

Форма проведения текущего контроля и промежуточной аттестации для студентов с инвалидностью по зрению, устанавливается с учетом

индивидуальных особенностей их психофизического развития и зрительных возможностей (устно, письменно укрупненным шрифтом или на компьютере с установленным специальным программным обеспечением для слабовидящих и т.п.).

Во время проведения промежуточной аттестации студентов с инвалидностью по зрению предоставляется дополнительное время на подготовку и оформление ответа, в сравнении со сверстниками, имеющими сохраненные зрительные возможности.

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 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	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>

