

**АДАптиРОВАННАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ
ОП. 10 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 **38.02.08 Торговое дело**, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548, 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

1. ПАСПОРТ АДАптиРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ АДАптиРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ АДАПТИРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 10 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 **38.02.08 Торговое дело** 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 учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Учебная дисциплина ОП. 10 Управление продажами является вариативной, входит в общепрофессиональный цикл. Учебная дисциплина ОП 10. Управление продажами для профессиональных образовательных организаций обладает самостоятельностью и цельностью. 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 дипломной работы в целом или одной из ее составляющих частей.

1.3 Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам усвоения учебной 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 учебной 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 учебной 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 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.

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 правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

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

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

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

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

Профессиональные компетенции:

ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.

ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.

ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

С целью закрепления и систематизации знаний, а также формирования самостоятельного мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в программе предусмотрены домашние задания для студентов.

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 Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Объем образовательной программы - 60 часа, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося – 60 часов;
- самостоятельная работа обучающегося - 0 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объём учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	60
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	60
в том числе:	
практические занятия	24
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП. 10 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		6	2
	1	Тема 1. Сущность управления продажами, цель и задачи управления продажами. Система продаж, субъекты и объекты продаж товарной продукции. Тема 2. Продажи: составляющие, участники, цикл. 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. Тема 5. Формирование образа успешного специалиста торгового дела. Профессиональные компетенции. Классификация продавцов по манере поведения.		
		Практическое занятие 1. Практикум: Профиль специалиста торгового дела. Определение сильных и слабых сторон. Формирование образа успешного специалиста торгового дела.		
Домашнее задание. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Составить конспект по теме «Стратегии работы менеджера и его типы»		2	3	
Тема 2. Продажи в розничной торговле	Содержание учебного материала		6	2
	1	Тема 6. Розничная торговля. Краткая характеристика. Тема 7. Повышение эффективности работы магазина. 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. Тема 9. Формирование ассортимента в рознице, основы процесса формирования ассортимента товаров, понятие ассортиментной матрицы.		
	3	Тема 10. Свойства и показатели товарного ассортимента. Ключевые показатели ассортимента, их вычисление. Анализ ассортиментной политики		
	Практические занятия 2,3,4. Освоение навыка управления ассортиментом розничного магазина. 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.			
Домашнее задание. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Составить фотоотчет по результатам урока на производстве				
Тема 3.	Содержание учебного материала		6	2

Факторы активизации продаж. Основы мерчендайзинга	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, принципы выкладки товара в торговом зале. Размещение ценников, POS-материалов, визуальных компонентов внутримагазинной рекламы		
	3	Тема 13. Факторы активизации продаж: атмосфера магазина и ее компоненты. Компонентами атмосферы магазина и их характеристика. Влияние цвета на поведение потребителей. Нейромаркетинг. 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, 7. Освоение навыка анализа выкладки товара на полках. Анализ факторов активизации продаж товаров в магазине. Урок на производстве.		6	3
	Домашнее задание. 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		8	2
	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. Классификация типов личностей, принимающих решения. Характеристики покупателей по признакам психогеометрии. Классификация покупателей по степени готовности к покупке. Приемы общения с покупателем.		
	3	Тема 17. Психологические аспекты поведения отдельных групп покупателей в торговом зале магазина 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. Тема 20. Тайные манипуляции клиентами в процессе продаж. Поведение специалиста торгового дела, если клиент подаёт жалоб		
Практическое занятие 8, 9. Освоение умения использовать знание психологических особенностей		4	3	

	личности для управления процессом продажи. Составление портрета типичного покупателя конкретного товара- по бизнес-плану.			
	Домашнее задание. 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	8	2	
	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. 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		
	5	Тема 28. Стрессы при продажах, пути их преодоления. Защита от трудных клиентов. Способы снять нервно-эмоциональное напряжение. Этика торгового персонала.		
		Практическое занятие 10,11,12. 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.	6	3
	Домашнее задание. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Выполнение индивидуальных заданий по темам 25 и 26.			
Форма промежуточного контроля - Дифференцированный зачет		2		
Всего:		60		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ АДАПТИРОВАННОЙ 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 дальнозоркости – 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 раздельное 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 видеоувеличитель

-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, 2020. -243с

Дополнительные источники:

1. Ключкова М.С., Логинова Е.Ю., Якорева А.С. Мерчендайзинг: учебно-практическое пособие. - М.: Дашков и К°, 2021.- 213с.
2. Коноплев С.П., Коноплева В.С. Менеджмент продаж: учебное пособие. - М.: ИНФРАМ, 2021.- 264с.
3. Кузнецов И.Н. Управление продажами: учебно-практическое пособие. - М.: Дашков и К°, 2021.- 342с.
4. 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/> Новости маркетинга
3. <https://salesportal.ru/> Развитие бизнеса, развитие продавцов

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ 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, знания, компетенции)	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 эффективности;	Защита практических работ.
- организовывать работу по проведению продаж товаров и услуг с использованием маркетинговых подходов;	Защита презентаций; Защита индивидуальных заданий, докладов.
- принимать решения по совершенствованию продаж;	Защита практических работ.
- составлять комплекс продвижения продукции и планы рекламных кампаний в организации.	Оценка выполнения индивидуальных заданий.
Знания:	
- цель и задачи управления продажами, систему продаж товарной продукции;	Тестирование; Оценка публичного выступления.
- цикл и виды товарных продаж;	Оценка выполнения тестового задания, защита практических

	работ.
- каналы товарной реализации и стратегии продвижения товара на рынок;	Оценка выполнения тестового задания.
- методы выбора эффективных каналов сбыта в организациях различных форм собственности;	Защита практических работ. Оценка выполнения индивидуальных заданий.
- управление товарным ассортиментом магазина;	Защита индивидуальных заданий. Оценка решения задач.
- порядок и процесс прогнозирования объемов продаж;	Оценка участия в тренинге. Оценка защиты презентаций.
- факторы активизации продаж, мерчендайзинг, нейромаркетинг;	Защита рефератов;
- особенности психологии покупателя, типы клиентов и способы работы с ними;	Защита индивидуальных заданий.
- способы взаимодействия с проблемными (конфликтными) клиентами;	Оценка выполнения тестового задания.
- базовая схема процесса продаж;	Защита индивидуальных заданий.
- методы организации и проведения презентации товаров (услуг);	Защита индивидуальных заданий.
- приемы дополнительной продажи;	Опрос.
- стандарт коммерческого сервиса.	Опрос.
Общие компетенции:	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Демонстрирует на практических занятиях умение принимать правильные обоснованные решения, дает характеристики основным методам принятия решений.
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. Демонстрирует полноту знаний о служебно-профессиональном продвижении, мотивировании

	персонала. Участвует в конкурсах, конференциях и др.
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Демонстрация интереса к будущей профессии на практических занятиях, участие в конкурсах. На практических занятиях демонстрирует умения в поиске профессиональной информации, умеет правильно анализировать и использовать полученную информацию.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Демонстрирует умение работать в коллективе и в команде, умеет организовывать групповую работу; умеет правильно выбрать стиль руководства работой исполнителей.
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.	Демонстрирует стремление к саморазвитию, активности, ответственности. Умеет сознательно организовывать свою познавательную деятельность. Участвует в различных акциях и мероприятиях, в т. ч. патриотической направленности
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	Демонстрирует стремление к сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, ответственно относится к природе, воспитывает в себе бережливость. Участвует в различных акциях и мероприятиях по защите окружающей среды.
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической	Демонстрация интереса к здоровому образу жизни.

подготовленности.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Демонстрирует полноту знаний законодательных требований и нормативных документов в области управления продажами
Профессиональные компетенции:	
ПК. 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	Умеет грамотно вести деловую беседу, проводить собеседование.
ПК. 1.6. Организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	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.
ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.	Демонстрирует умение работать с документами.
ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.	Демонстрирует умение работать с документами, внешней информацией.
ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.	Демонстрирует умение работать с исполнителями в команде.

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 специалиста торгового дела. Определение сильных и слабых сторон. Формирование образа успешного специалиста торгового дела.
Тема 2. Продажи в розничной торговле.	Практические занятия 2,3,4. Освоение навыка управления ассортиментом розничного магазина. Урок-экскурсия по темам 8-10. Анализ процентного изменения объема продаж. Сравнение объема продаж текущего и прошедшего периодов, объем продаж на 1м2, на погонный метр длины прилавка, на одну транзакцию, за час работы одного занятого.
Тема 3. Факторы активизации продаж. Основы мерчендайзинга	Практическое занятие 5, 6, 7. Освоение навыка анализа выкладки товара на полках. Анализ факторов активизации продаж товаров в магазине. Урок на производстве.
Тема 4. Особенности психологии покупателя	Практическое занятие 8, 9. 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 10,11,12. 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.

Домашние задания.

Тема 1. Сущность управления продажами. Понятие цикла товарных продаж

Домашнее задание. 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

Домашнее задание. 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

Домашнее задание. 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

Домашнее задание. 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

Домашнее задание. Работа с информационными средствами обучения на бумажном и электронном носителях. Выполнение индивидуальных заданий по темам дисциплины

