


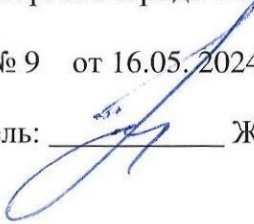
Департамент образования и науки Костромской области
Областное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Костромской торгово-экономический колледж»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП. 10. Управление продажами

РАССМОТРЕНО
Методическим советом ОГБПОУ
«КТЭК»
Протокол № 8 от 03.05.2024 г.
Председатель МС
 Петропавловская Я. А.

Одобрена цикловой методической
комиссией торгово-юридических
дисциплин
Протокол № 9 от 16.05.2024 г.

Председатель:  Журба Н.Н.

РАССМОТРЕНО
Педагогическим советом ОГБПОУ «КТЭК»
Протокол № 6 от 08.05.2024 г.
Приказ ОГБПОУ «КТЭК» от 08.05.2024 г.
№ 147 /п

Программа разработана на основе Федерального
Государственного образовательного стандарта
(ФГОС) по специальностям среднего специального
образования (СПО) укрупненной группы 38.00.00
Экономика и управление
по специальности:
38.02.08 Торговое дело

Зам. директора  А.А.Смирнова

2024 г.

Рабочая программа дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) СПО по специальности 38.02.08. Торговое дело, утверждённого приказом № 548 Министерства просвещения России 19 июля 2023 г., рекомендаций социальных партнёров, решения методического совета колледжа.

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

Автор: Рагожник Ф. А.

СОДЕРЖАНИЕ

| | стр. |
|---|------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 6 |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 10 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 11 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП 10. УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ

1.1. Область применения рабочей программы. Рабочая программа профессиональной дисциплины является **вариативной** частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности **38.02.08 Торговое дело**. Рабочая программа дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке специалистов в области торговли и сферы услуг.

1.2. Место дисциплины в структуре рабочей программы подготовки специалистов среднего звена: Учебная дисциплина ОП 10. Управление продажами является вариативной, входит в профессиональный цикл и реализуется в рамках общепрофессионального цикла. 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 дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

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

Задачи дисциплины:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

уметь:

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

знать:

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

Формируемые компетенции

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС СПО по данной специальности (таблица 1)

Таблица 1- Компетентностная карта дисциплины

| Код компетенции | Компетенция |
|-----------------|--|
| ОК 01 | ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; |
| ОК 02 | ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности; |
| ОК 03 | 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 | ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; |
| ОК 06 | 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 | ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях; |
| ОК 08 | ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности; |
| ОК 09 | ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. |
| ПК. 1.1. | 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. | ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий. |
| ПК. 2.2. | ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации |
| ПК. 2.3. | ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий. |
| ПК. 2.4. | 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.

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Объем образовательной программы -60 часов, в том числе:

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем 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 |
| Самостоятельная работа обучающегося | 0 |
| Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета | |

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 | | 6 | 2 | ОК 1-4 ОК 6-9 ПК.1.1. ПК.1.6. ПК. 2.2. ПК. 2.4. |
| | 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 | ОК 1-4 ОК 6-9 ПК.1.1. ПК.1.6. ПК. 2.2. ПК. 2.4. |
| | 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 | | 6 | 3 | | |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|--|
| Тема 3. Факторы активизации продаж. Основы мерчендайзинга | Содержание учебного материала | | 6 | 2 | ОК 1-4 ОК 6-9 ПК.1.1. ПК.1.6. ПК. 2.2. ПК. 2.4. |
| | 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 внутримagaзинной 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. Внутримagaзинная 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 | ОК 1-4 ОК 6-9 ПК.1.1. ПК.1.6. ПК. 2.2. ПК. 2.4. |
| | 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 психогометрии. 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 жалобу | | | |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|
| | Практическое занятие 8,9. Освоение умения использовать знание психологических особенностей личности для управления процессом продажи. Составление портрета типичного покупателя конкретного товара- по бизнес-плану. | 4 | 3 | | |
| | 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 | ОК 1-4 ОК 6-9 ПК.1.1. ПК.1.6. ПК. 2.2. ПК. 2.4. | |
| | 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. 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. | | 3 | | |
| | Дифференцированный зачет | 2 | 3 | | |
| Форма промежуточного контроля - Дифференцированный зачет | | | | | |
| Всего: | | 60 | | | |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета менеджмента и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

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

Наглядные пособия:

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

Технические средства обучения:

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Кондрашов В.М. Менеджмент продаж: учебное пособие. - М.: Вузовский учебник, 2020. -243с

Дополнительные источники:

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований. Результаты обучения раскрываются через усвоенные знания и приобретенные умения, направленные на приобретение общих и профессиональных компетенций, личностных результатов.

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

| ОК | |
|--|--|
| 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. |
| 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 | 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 подготовленности; | Демонстрация интереса к здоровому образу жизни. |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. | Демонстрирует полноту знаний законодательных требований и нормативных документов в области управления продажами |
| ПК | |

| | |
|--|--|
| ПК- 1.1 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. | Демонстрирует умение работать с документами. Демонстрирует полноту знаний законодательных требований и нормативных документов в области управления продажами |
| ПК-1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий. | Демонстрирует умение работать с документами. Демонстрирует полноту знаний законодательных требований и нормативных документов в области управления продажами |
| ПК-2.2 . Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации документов с использованием автоматизированных систем. | Демонстрирует умение работать с документами. Демонстрирует полноту знаний законодательных требований и нормативных документов в области управления продажами |
| ПК-2.4 . Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках. | Демонстрирует умение работать с документами, внешней информацией. Демонстрирует полноту знаний законодательных требований и нормативных документов в области управления продажами |

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