Подписан цифровой подписью: Якушева Вероника Викторовна
Расположение: АНПОО "ИРБиС"

Приложение №4 к ППССЗ

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА И СТРАТЕГИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля

ПМ 04 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ (20004 АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ)

специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

форма обучения – очная
срок обучения – 2 года 10 месяцев

Рабочая программа
рассмотрена на заседании ПЦМК
«Экономических дисциплин и сервиса»
«01» сентября 2023 года, протокол № 1

Председатель ПЦМК: Е.Н. Пудовкина

Саратов 2023

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке работников в области коммерции и торговли.

Разработчик:АНПОО «ИРБиС»

СОДЕРЖАНИЕ

1. **Паспорт рабочей программы профессионального модуля** **3**
2. **Результаты освоения профессионального модуля** **9**
3. **Структура и содержание профессионального модуля** **10**
4. **Условия реализации профессионального модуля** **21**
5. **Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)** **26**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 04 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ (20004 АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ)

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальностям СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (базовый уровень) в части освоения основного вида деятельности (ВД): **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20002 Агент коммерческий)**

и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Содействовать покупке и продаже партий товаров (оптом), а также других видов продукции;

ПК 4.2. Обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов, в том числе страховых и экспортных лицензий;

ПК 4.3. Выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации;

ПК 4.4. Организовывать предоставление транспортных средств и обеспечение выполнения других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказывает помощь в доставке товаров.

и соответствующих общих компетенций (ОК):

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании при повышении квалификации товароведов и менеджеров.

1.2 Место профессионального модуля в структуре ППССЗ

Профессиональный модуль ПМ.04. относится к вариативной части ППССЗ по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям). Для его освоения необходимы базовые знания по следующим дисциплинам: «Экономика организации», «Статистика», «Менеджмент (по отраслям)», «Документационное обеспечение управления», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности». Все эти дисциплины является предшествующими для изучения ПМ.04. Данный модуль изучается параллельно с ПМ.03.

В процессе реализации ПМ.04. обучающиеся проходят учебную практику.

1.3 Цели и задачи профессионального модуля

Целью овладения ПМ 04 является усвоение теоретических знаний в области технологии организации продаж, мерчендайзинга, психологии и этики профессиональной деятельности, приобретения умений применять эти знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность, и формирование компетенций.

Задачи профессионального модуля:

– усвоение основных понятий в области мерчендайзинга и профессиональной этики;

– изучение рефлексов, познавательных ресурсов, ощущения и восприятия, их свойства; иллюзии восприятия, создание иллюзорных эффектов;

– рассмотрение «холодных» и «горячих» зон магазина;

– изучение сезонного мерчандайзинга;

– изучение особенности профессиональной этики торгового работника;

– приобретение умений применять методы мерчендайзинга для увеличения прибыли торгового предприятия;

– приобретение умений создания имиджа.

1.4 Требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в

ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

– организации и сопровождения товародвижения;

уметь:

– организовывать процессы товародвижения;

– заключать и оформлять договоры и контракты;

– выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов;

– размещать рекламу в средствах массовой информации;

– организовывать выполнение условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами;

– оказывать помощь в доставке товаров.

знать:

– нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся ведения бизнеса;

– основы рыночной экономики;

– методы установления деловых контактов;

– порядок оформления документов, связанных с куплей-продажей товаров и заключением договоров, соглашений и контрактов на оказание услуг;

– основы трудового, финансового, хозяйственного и налогового законодательства; действующие формы учета и отчетности;

– организацию погрузочно-разгрузочных работ;

– условия хранения и транспортировки товаров;

– правила внутреннего трудового распорядка;

– правила и нормы охраны труда.

использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни

Планируемые личностные результаты в ходе реализации образовательной программы

Личностные результаты реализации программы воспитания *(дескрипторы)*	**Код личностных результатов реализации программы воспитания**
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	**ЛР 1**
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.	**ЛР 2**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности	**ЛР 13**
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость	**ЛР 14**
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	**ЛР 15**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	
Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению	**ЛР 16**
Готовый к профессиональной конкуренции и конструктивной реакции на критику.	**ЛР 17**

Экономически активный, предприимчивый, готовый к самозанятости	**ЛР 18**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями	
Активно применяющий полученные знания на практике	**ЛР 19**
Способный перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; позиционирующий себя в сети как результативный и привлекательный участник трудовых отношений.	**ЛР 20**
Способный генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики	**ЛР 21**
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса	
Препятствующий действиям, направленным на ущемление прав или унижение достоинства (в отношении себя или других людей).	**ЛР 22**
Вступающий в конструктивное профессионально значимое взаимодействие с представителями разных субкультур.	**ЛР 23**

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20004 Агент коммерческий),** в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1	Содействовать покупке и продаже партий товаров (оптом), а также других видов творческой продукции;
ПК 4.2	Обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов, в том числе страховых и экспортных лицензий;
ПК 4.3	Выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации;
ПК 4.4	Организовывать предоставление транспортных средств и обеспечение выполнения других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказывает помощь в доставке товаров.
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 6.	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 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Коды профессиональных компетенций	**Наименование разделов профессионального модуля***	**Всего часов** ***(макс. учебная нагрузка и практики)***	**Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)**			**Практика**	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	
ПК 4.1 – 4.4	Раздел 1. Приобретение навыков по профессии Агент коммерческий	224	152	74	72		
	МДК 04.01. Технология организации продаж	108	76	38	32		
	МДК 04.02. Мерчендайзинг	58	38	19	20		
	МДК 04.03.Психология и этика профессиональной деятельности	58	38	19	20		
	Учебная практика	36					
	Производственная практика (по профилю специальности)	36					
	Всего:	**308**	**152**	**74**	**72**	**36**	**36**

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы
1	2		3	4
Раздел 1. Приобретение навыков по профессии Агент коммерческий				
МДК 04.01 Технологии организации продаж				
Тема 1.Сущность продаж и типы технологий их организации	**Содержание**		14	
	1	**Сущность и виды продаж Процесс продаж в коммерческой организации** Сущность и виды продаж в коммерческой организации. Профессия Агент коммерческий. Введение (Сущность и роль в осуществлении продаж Агента коммерческого) Понятие продаж и их значимость в экономике. Виды продаж Продажи считаются неразрывно связанными с маркетингом, служат логическим продолжением, практическим результатом и подтверждением правильности ведущейся маркетинговой работы компании. Маркетинговый комплекс продвижения товара. Процесс продаж в коммерческой организации и его основные этапы.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	2	**Современные виды маркетинга** Нейромаркетинг и контент-маркетинг: влияние на рост продаж. Нейромаркетинг – новая психология продаж. Пути распространения информационного контента: сайты, блоги, социальные сети, традиционные средства массовой информации, книги, журналы, печатные или интернет новостные издания, подписки на рассылки, подкасты, семинары, вебинары, конференции, круглые столы, видео порталы и т. д. Влияние на рост продаж, прибыли и лояльности клиентов.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23

	3	**Основные типы технологий организации продаж. Разработка этапов по технологиям продаж** Основные технологии продаж. Краткая характеристика четырех основных технологий продаж. Общая схема продаж по этапам. Анализ ошибок при реализации различных этапах. Отработка *правильных* приемов по этапам продаж		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	4	**Техника продаж для коммерческого агента. Методика установления контакта** Установление контакта. Этап открытия. Выяснение потребностей. Современная специфика этапа презентации с учетом роста числа конкурентов. Техника презентации. Техника этапа Завершение сделки **Общие принципы установления и поддержания контакта коммерческого агента с клиентом** Приемы, способствующие установлению и поддержанию контакта. Знания и навыки, которые дают возможность произвести впечатление на собеседника. Признаки, показатели и результаты установления контакта. Сущность и роль методики установления контакта. Открытые вопросы: преимущества и недостатки. Рекомендации по этапам установления контакта.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	5	**Выявление и классификация потребностей клиента** Пирамида Маслоу и классификация потребностей. Классификация потребностей клиента для специалистов по продажам		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	6	**Работа с возражениями** Технология преодоления возражений и эффективного завершения сделки. Разновидности требований клиента «Прием Сократа» в продажах. Порядок работы с возражениями		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	7	**Видеотренинг по работе с возражениями** Роль мета-вопросов в работе с возражениями. Методика работы с возражениями «ИСИДА». Эра образованных покупателей - 90 % решений о покупке потенциальный покупатель принимает за монитором, на информационном сайте. Специфика действий продавца.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	Практические занятия		24	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Закрепление общих знаний о продажах. Сущность, цели и задачи организации продаж		
	2	Анализ профессии Агент коммерческий.		
	3	Формирование концептуальной таблицы «Характеристика типов технологий продаж»		
	4	Освоение навыков процесса продаж		
	5	Практическое занятие-тренинг: Отработка общих принципов установления контакта с клиентом по невербальным и вербальным компонентам		
	6	Практическое занятие-тренинг: Установление контакта с клиентом при прямых продажах посредством открытых вопросов.		

	7	Практическое занятие-тренинг: «Как справиться со страхом и избавиться от чувства тревожности перед контактом или публичным выступлением»		
	8	Формирование разработочной таблицы «Признаки, показатели и результаты установления контакта»		
	9	Практическое занятие-тренинг: Отработка выявления потребностей клиента		
	10	Практическое занятие-тренинг: Практическая отработка технологии преодоления возражений		
	11	Представление и защита разработанного сценария продажи.		
Тема 2. Технологии организации продаж крупных контрактов	**Содержание**		22	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	**Технология продаж крупных контрактов** Специфика технологии продаж крупных контрактов**.** Что такое большие контракты? Коммерческие и жесткие переговоры		
	2	**Этапы работы с крупным контрактом** Три основных этапа работы с крупным клиентом**.** Особенности первого этапа выхода на Клиента Использование инструментов активизации этапа «Выход на Клиента» при крупных продажах Семь уровней рекомендаций. Бизнес-тусовки. «Случайные» встречи. «Корпоративные сводники». Второй этап: определение и проработка круга влиятельных лиц, подготовка предложения. Цели второго этапа. Роль правильного определения «центра принятия решения». Основные психотипыкоммерческих агентов и специфика работы с ними при крупных продажах Третий этап: предложение + финальные переговоры .Основные типичные ошибки коммерческого агента на этапе «предложение». Как наиболее эффективно представить предложение Клиенту? Завершение сделки. Когда Клиент становится Вашим?		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	3	**Основы ценовой политики для крупных продаж. Стратегия ведения переговоров о цене** Эластичность рынка и цена продаж. Зависимость спроса от цены. Принцип кинотеатра. Основные правила проведения переговоров о цене. Переговоры о цене при продаже дорогих и эксклюзивных товаров и услуг. Две цели переговоров: у коммерческого агента и у Клиента. Что такое прайс-листы. Интервальные прайс-листы. Скидка как инструмент продаж		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	4	**Специфика формирования коммерческого предложения для крупного контракта**		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	5	**Технология продаж СПИН (SPIN)** Типы вопросов для выяснения потребностей клиента по технологии СПИН. Последовательность и направленность разных видов вопросов при использовании технологии СПИН		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	6	**Технология комплексного коммерческого предложения** Личный порог продаж. Возможности преодоления ограничения личного порога продаж. Эффективность технологии комплексного коммерческого предложения для «раскачки» личного порога продаж коммерческого агента		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23

	7	**Активное ценообразование** Активное ценообразование как способ повышения доходов от продаж. Возможности повышения прибыли от продаж. Активное ценообразование.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	8	**Стратегия снижения цены в целях повышения доходов от продаж** Низкие закупочные цены. Ваши товары и услуги стоят ровно столько, сколько Клиенты готовы за них платить.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	9	**Оценка сторон на статусных переговорах** Ключевые моменты, укрепляющие положительное мнение Клиентов о Вас и Вашей Компании. Важность аксессуаров переговорщика. Внутренняя уверенность и опыт важнее, чем переговорная униформа. Важнейшим элементом Вашего имиджа является визитка. Буклеты, образцы продукции. Содержать в порядке сайт важнее, чем офис. Оценка поведения на переговорах. Темп разговорной речи и тембр голоса.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	10	**Прогнозирование продаж** Необходимость и важность прогнозирования продаж. Значение прогнозирования при активных и пассивных продажах. Для кого наиболее полезен прогноз продаж? Прогноз как инструмент управления временем. Прогноз как элемент оперативно-тактического планирования		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	11	**Жесткие переговоры** Специфика технологии продаж крупных контрактов. Что такое большие контракты Коммерческие и жесткие переговоры		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	Практические занятия		14	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Разработка концептуальной таблицы отличий крупных контрактов от мелких продаж		
	2	Формирование «Досье клиента»		
	3	Формирование коммерческого предложения мебельной фабрики «Калинка» г. Саратов мебельному магазину «ВИЛТ»		
	4	Разработка коммерческого предложения от Энгельского Кирпичного завода. Поиск клиента. Определение минимальной суммы крупного контракта.		
	5	Разработка собственного коммерческого предложения по самостоятельно выбранным поставщику и клиенту (на основании ранее составленных досье). Определение минимальной суммы крупного контракта. Формирование приложений к коммерческому предложению (интервального прайс-листа и каталога продукции)		
	6	Проведение конкурса на лучшее коммерческое предложение		
Дифференцированный зачет			2	
Самостоятельная работа при изучении МДК.04.01.			32	

1.Работа с опорным конспектом лекции. Закрепление ключевых понятий темы. 2.Подготовка индивидуального или бинарного публичного выступления по заданной тематике с применением технологии «PowerPoint» (выбор свободный) 3.Составление концептуальной таблицы «Основные типы технологий организации продаж». 4.Просмотреть и кратко законспектировать: http://www.youtube.com/watch?v=XHYltTyEZ38 Скрипты. Сценарии разговоров для продаж и звонков. [Тренинг] http://www.youtube.com/watch?v=8WF2om0h0e4 Работа с возражениями Убойные техники работы с возражениями. 5.Проанализировать материалы СРС 4, сделать выводы для собственной презентации по выбранному вами самостоятельно товару или услуге. 6.Начните оформление глоссария в рамках пройденных тем. 7.Отработка установления контакта по этапам (привлечь знакомых, родственников, одногруппников). 8.Просмотреть и кратко законспектировать: 3 волшебных вопроса для выявления потребностей (*http://www.youtube.com/watch?v=kRlAJJi0reY*) 9.Продолжение работы над глоссарием в рамках пройденных тем. 10.Заполните таблицу «Виды возражений и работа с ними». 11.Работаем над созданием «Досье клиента» с использованием интернет-ресурсов (найти инф. сайт круп. Компании, описать осн. Реквизиты и лиц центра принятия решения по вашему предложению). 12.Глоссарий (продолжаем формирование) Письменно ответьте на вопросы: Сформулируйте и поясните на примерах понятие эластичности рынка. Дайте определение понятия «спрос». Перечислите внешние факторы, влияющие на спрос и цену продаж. Объясните действие закона взаимосвязи спроса и цены. Опишите маркетинговый инструмент «Принцип кинотеатра» Какая ситуация с учетом «Принципа кинотеатра» свидетельствует о том, что Ваши цены продаж были занижены? 13.Законспектировать материал: Манипуляции и методы обороны (*http://turgunov.ru/prodazhi-blog/manipulyatsiya-metody-oborony/*) 14.Законспектировать материал: Составление коммерческого предложения (*http://turgunov.ru/prodazhi-blog/kak-pravilno-sostavit-kommercheskoe-predlozhenie/*) 15.Законспектировать материал: 10 правил поведения на деловой встрече (*http://turgunov.ru/prodazhi-blog/delovaya-vstrecha/*) 16.Заполните таблицу: Основные виды скидок (по материалам лекции 2.8). 17.Составьте таблицу основных элементов оценки статусного переговорщика. 18.Подготовьте презентацию собственного коммерческого предложения по самостоятельно выбранным поставщику и клиенту для участия в конкурсе.		
МДК 04.02Мерчендайзинг			
Глава 1. Методологические основы мерчендайзинга			
Тема 1.1	**Содержание**	2	ПК 4.1-4.4;

Сущность и значение мерчендайзинга	**1**	Мерчендайзинг: понятие, сущность, роль, цели и задачи в условиях рыночной экономики. Методы мерчендайзинга, взаимосвязь с психологией. Объекты мерчендайзинга: товары, торгово-технологическое оборудование, потребности, технологии продаж, методы обслуживания покупателей, торговые помещения и здания, типы торговых предприятий, инфраструктура торговой сети. Участники мерчендайзинга. Требования к профессиональной компетенции мерчендайзера.		ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
Тема 1.2. Управление поведением потребителей	**Содержание**		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Рефлексы: понятие, виды, группы. Теория рефлексов. Внимание: понятие, направленность, сосредоточенность, объем, устойчивость, переключаемость, распределение внимания. Ощущение: понятие, влияние ощущений на сенсорную способность потребителей. Восприятие: понятие, элементы. Избирательное восприятие и искажение. Имидж. Свойства восприятия. Иллюзии восприятия: понятие, зрительные иллюзии, иллюзии движения и времени. Поведение потребителя в процессе принятия решения о покупке. Типы процессов принятия решения о покупке. Влияние уровня вовлеченности в покупку на оценку вариантов и покупку. Модель мотивированных действий «Фишбейна и Айзена» и модель повторной покупки «Эренберга и Гудхарта». Влияние мерчендайзинга на формирование поведения посетителя торгового предприятия на отдельных этапах принятия решения о покупке.		
	Практическое занятие		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Изучение поведения потребителей при совершении покупки		
Тема 1.3. Внутренняя планировка магазина	**Содержание**		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Планировка магазина: понятие, факторы, формирующие планировку, требования к ней. Сегментация торговых площадей: установочная, экспозиционная площадь, площадь для покупателей, для приемки товаров, под узлами расчетов. Коэффициенты этих площадей. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Образование «холодных» и «горячих» зон. Приемы ликвидации «холодных» зон. Распределение площадей в торговом зале: понятие, подходы к распределению, коэффициент подхода, покупки, привлекательности.		
Тема 1.4. Торгово-технологическое оборудование как средство	**Содержание**		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Виды торгово-технологического оборудования. Мерчендайзинговый подход к выбору оборудования для торгового зала. Правила размещения оборудования в соответствии с технологиями мерчендайзинга. Планировка оборудования в торговом зале с позиции мерчендайзинга.		
	Практические занятия		4	ПК 4.1-4.4;

мерчендайзинга	**1**	Изучение планировки торговых залов магазинов г.Саратова.		ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	2	Изучение планировки торговых залов магазинов г.Саратова.		
Тема 1.5. Выкладка товаров	**Содержание**		4	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	**Выкладка: понятие, виды, способы** Выкладка: понятие, виды, способы. Точка продаж. Основные принципы выкладки товара: обзор, доступность, опрятность, заполненность полок, привлекательность упаковки, распределение приоритетных мест и т.д. Выкладка корпоративным блоком. Правила расположения товара: приоритетные полки, ротация товара, высота полок, основные марки и т.д. Место товаров в торговом зале: где, как и с чем выставлять. Выкладка товаров на прилавках: влияние длины и ширины прилавка на выкладку. Выкладка на стеллажах: образование «холодных», «горячих» и «нейтральных» зон по длине стеллажа. Основные способы возбуждения интереса к товарам за счет выкладки: принцип воображаемой оправы, создание цветового пятна, выделение с помощью света. Специальная выкладка: массовые выкладки, многотоварные выкладки, с применением тележек, в корзинках.		
	2	**Особенности выкладки продовольственных и непродовольственных товаров** Особенности выкладки отдельных групп продовольственных (гастрономия, бакалея, молочные, замороженные, мясные, алкогольные товары, сельскохозяйственная продукция) и непродовольственных товаров (одежные, обувные, парфюмерно-косметические товары, ювелирные изделия и часы) в соответствии с принципами мерчендайзинга.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	Практические занятия		4	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Разработка и построение планограмм.		
	2	Анализ выкладки товаров на прилавках и стеллажах в магазинах г. Саратова.		
Тема 1.6. Категорийныймерчендайзинг	**Содержание**		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Товарная категория: понятие, признаки. Принципы совместного размещения: в соответствии с определенной группой потребностей, приобретаемые разными группами покупателей, признак потребительских предпочтений, на основе потребительских свойств продукции. Правила сочетания товаров в категории. Факторы, влияющие на сочетание. Сезонный мерчендайзинг: торговля в летнее, осеннее, зимнее и весеннее время.		
	Практическое занятие		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Изучение совместного размещения товаров в торговом зале магазина.		

Тема 1.7. Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга	**Содержание**		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Основные этапы процесса принятия решений о покупке. Типы товара: товары повседневного спроса, пассивного спроса, предварительного выбора, особого спроса. Импульсивная покупка: понятие. Типы покупательского поведения. Виды покупок. Метод импульсивных покупок. Сущность и особенности продажи товаров по «Методу ABC». Формирование групп товаров «А», «В», «С» по общим признакам. Определение границ отделов и размещение товаров по статусу и роли в мерчендайзинговом процессе.		
	Практические занятия		6	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Изучение метода импульсивных покупок в магазинах г. Саратова.		
	2	Изучение метода импульсивных покупок в магазинах г. Саратова		
	3	Анализ привлекательности товарного отдела в торговых залах магазинов г.Саратова.		
Тема 1.8. Атмосфера магазина	**Содержание**		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Атмосфера магазина: понятие, факторы, влияющие на нее. Составляющие атмосферы. Влияние факторов на посетителей магазина. Устранение дискомфорта восприятия.		
	Практическое занятие		1	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Изучение влияния атмосферы магазина на посетителей.		
Дифференцированный зачет			1	
Самостоятельная работа при изучении МДК 04.02:			20	
Ознакомление с использованием психоанализа и бессознательных мотивов покупателей. Изучение распределения площади подсобных помещений. Изучение особенностей последовательности размещения непродовольственных товаров в магазине. Изучение правил выкладки продовольственных товаров на прилавках магазина. Определение оптимального размера выкладки. Изучение возможных вариантов устранения дискомфорта восприятия. Написание рефератов по темам: «Как привлечь внимание к товару», «Как привлечь новых покупателей», «Черныймерчендайзинг»..				
МДК 04.03 Психология и этика профессиональной деятельности				
Введение	**Содержание**		2	ПК 4.1-4.4;

	1	Роль курса в формировании специалиста нового поколения. Связь курса с другими дисциплинами. Понятие этики и морали. Общие черты морали. Источники морали. История развития этики как науки о морали. Изменение морали с развитием общества.		ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
Тема 1. Профессиональная этика торгового работника	**Содержание**		4	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	**Понятие профессиональной этики.** Понятие профессиональной этики. Роль и задачи профессиональной этики в торговле. Предмет этики торговли. Основные принципы профессиональной торговой этики.		
	2	**Категории профессиональной торговой этики**. Категории профессиональной торговой этики. Моральные принципы, ценности и нормы торгового работника. Этическая сторона услуг, службы, подчиненности.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	Практическое занятие		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Закрепление опыта этического поведения.		
Тема 2. Этическая культура сервиса, этика и этикет в торговле	**Содержание**		6	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	**Психология процесса торгового обслуживания** Психология процесса торгового обслуживания. Этапы процесса торгового обслуживания.		
	2	**Мотивы покупок** Мотивы покупок. Психология импульсивных покупок. Типы и характеры покупателей. Индивидуальный подход к покупателю.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	3	**Моральные критерии поведения и взаимоотношений торговых работников разных уровней** Внешний вид продавца. Культура речи продавца. Правила поведения продавца. Нравственная воспитанность и умение владеть собой. Моральные критерии поведения и взаимоотношений торговых работников разных уровней.		ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	Практические занятия		8	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Определение мотивов покупки.		
	2	Изучение поведения покупателей разных типов и характеров.		
	3	Изучение принципов фирменного торгового обслуживания.		
	4	Анализ профессионального поведения продавца.		
Тема 3. Профессиональная этика и этикет предпринимателя (коммерсанта).	**Содержание**		2	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Понятие этикета и история его развития. Этический кодекс предпринимателя-коммерсанта. Правила этикета. Деловой протокол. Имиджелогия: понятие, составляющие имиджа. Биоэнергетика имиджа. Искусство самопрезентации: понятие и техника. Правила «говорения» и «слушания».		
	Практические занятия		4	ПК 4.1-4.4;

Сущность этики бизнесмена	**1**	Анализ соблюдения правил этикета в различных ситуациях.		ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	2	Изучение правовых и этических аспектов продажи.		
Тема 4. Деловые переговоры	**Содержание**		4	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Значение переговоров в деятельности коммерческого работника. Подготовка к переговорам. Размещение за столом переговоров. Порядок ведения переговоров: постановка целей задач, грамотное распределение времени на каждую задачу, время на обсуждение.		
	2	Анализ переговоров: подведение итогов, разбор на составные части. Требования к составлению презентации. Основные ключевые моменты, необходимые при составлении презентации. Подготовка и проведение презентаций. Правила формирования доклада к презентации		
	Практические занятия		5	ПК 4.1-4.4; ОК 1-4, 6-7; ЛР 1-2, 13-21, 22-23
	1	Подготовка переговоров (деловая игра).		
	2	Подготовка переговоров (деловая игра).		
Дифференцированный зачет			1	
Самостоятельная работа при изучении МДК 04.03:			20	
Знакомство с учением Аристотеля об этике, социалистической моралью, этическими учениями эпохи возрождения. Подбор примеров этического поведения работника торговли (на примере действующего предприятия торговли). Изучение типов и характеров покупателей. Изучение культуры речи торгового работника. Ознакомление с профессиональной лексикой торгового работника. Изучение телефонного этикета, деловой одежды, правил поведения в гостях, деловой перепиской. Написание рефератов на темы: «Размещение участников переговоров за столом», «Подготовка и проведение презентаций».				

Учебная практика Виды работ **Анализ профессионального поведения продавца:** 1. Основные составляющие профессионального поведения; 2. Требования к внешнему виду работника прилавка; 3. Культура речи продавца; 4. Поведение продавца торгового предприятия на рабочем месте. 5. Изучение принципов фирменного торгового обслуживания. **Определение мотивов покупок, совершаемых покупателями в магазине:** 1. Соотношение мотивов покупок в теории с мотивами, реально существующими в данном торговом предприятии. **Изучение торгового зала магазина:** 1. Определение коэффициентов установочной и экспозиционной площади; 2. Изучение последовательности размещения отделов и секций магазина; 3. Построение планограммы стеллажей и прилавков однородной группы товаров; 4. Анализ выкладки товаров на прилавках и стеллажах; 5. Изучение совместного размещения товаров в торговом зале магазина; 6. Анализ привлекательности товарного отдела в торговом зале магазина; 7. Изучение атмосферы предприятия торговли.	72	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета междисциплинарных курсов.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

– рабочие столы и стулья для обучающихся;

– рабочий стол и стул для преподавателя;

– доска классная;

– комплекты учебно-методической документации;

– раздаточный материал: карточки с индивидуальными заданиями, информационно-технологические карты для проведения практических занятий, тестовые задания;

– наглядные пособия: пакеты нормативных документов, тематические плакаты.

4.2 Учебно-методическое обеспечение по дисциплине

Информационные условия реализации Программы обеспечиваются современной информационно-образовательной средой (ИОС), включающей:

– комплекс информационных образовательных ресурсов, в том числе цифровые образовательные ресурсы (https://ирбис-дистант.рф; https://PROFSPO.ru;https://sferum.ru);

– совокупность технологических средств ИКТ: компьютеры, иное информационное оборудование, коммуникационные каналы;

– систему современных педагогических технологий, обеспечивающих обучение в современной информационно-образовательной среде.

В целях обеспечения реализации Программы в АНПОО «ИРБиС» используется электронная библиотека, обеспечивающая доступ к информационным справочным и поисковым системам, а также иным информационным ресурсам.

Библиотечный фонд укомплектован электронными учебными изданиями (включая учебники и учебные пособия), методическими и периодическими изданиями по всем входящим в реализуемую Программу темам, и включает в себя:

Основные учебные издания

1. Богачкина Н.А. Психология [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Богачкина Н.А.– Электрон.текстовыеданные. – Саратов: Научная

книга, 2019. – 159 с.– Режим доступа: http://www.profspo.ru/81044.html. – Профобразование

2. Горяйнова Н.М. Психология управления [Электронный ресурс]: Учебное пособие для СПО/ Горяйнова Н.М., Горяйнов В.Н.– Электрон.текстовые данные. – Саратов: Профобразование, 2019. – 274 с.– Режим доступа: http://www.profspo.ru/86077.html. – Профобразование

3. Грибанова, И. В. Организация и технология торговли: учебное пособие / И. В. Грибанова, Н. В. Смирнова. – 3-е изд. – Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. – 203 с. – ISBN 978-985-503-549-8. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система ПРОФОБРАЗОВАНИЕ: [сайт]. – URL: http://www.profspo.ru/93405.html. – Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Левкин Г.Г. Основы коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: Учебное пособие для СПО/ Левкин Г.Г., Ларин А.Н.– Электрон. текстовые данные. – Саратов: Профобразование, 2017. – 140 с.– Режим доступа: http://www.profspo.ru/73757.html. – Профобразование

5. Маслова Т.А. Психология общения [Электронный ресурс]: Учебное пособие для СПО/ Маслова Т.А., Маслов С.И.– Электрон. Текстовые данные. – Саратов: Профобразование, 2019.– 164 с.– Режим доступа: http://www.profspo.ru/85787.html. – Профобразование

Дополнительные учебные издания:

6. Бороздина Г.В. Психология и этика деловых отношений [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Бороздина Г.В.– Электрон. Текстовые данные. – Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015. – 228 с.– Режим доступа: http://www.profspo.ru/67604.html. – Профобразование

7. Виговская М.Е. Психология делового общения [Электронный ресурс]: Учебное пособие для СПО/ Виговская М.Е., Лисевич А.В., Корионова В.О.– Электрон.текстовые данные. – Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 96 с. – Режим доступа: http://www.profspo.ru/77001.html. – Профобразование

8. Джоббер Д. Продажи и управление продажами [Электронный ресурс]: Учебное пособие для вузов/ Джоббер Д., Ланкастер Дж.– Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.– 621 с.– Режим доступа: http://www.profspo.ru/81832.html. – Профобразование

9. Поведение потребителей [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 238 с.– Режим доступа: http://www.profspo.ru/81820.html. – Профобразование

10. Сакерина А.В. Торговое дело. Производственное обучение [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Сакерина А.В., Курганович Ю.Л., Усеня Ю.А.– Электрон. текстовые данные. – Минск: Республиканский

институт профессионального образования (РИПО), 2016. – 316 с. – Режим доступа: http://www.profspo.ru/67768.html. – Профобразование

11. Цуранова С.П. Психология и этика деловых отношений. Практикум [Электронный ресурс]: Учебное пособие/ Цуранова С.П., Павлова И.М., Вашкевич А.С.– Электрон. текстовые данные. – Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2015. – 192 с.– Режим доступа: http://www.profspo.ru/67725.html. – Профобразование

Методические указания для обучающихся по освоению модуля:

12. Методические рекомендации к практическим работам, утвержденные МК.

13. Методические рекомендации к самостоятельным утвержденные МК.

Периодические издания:

14. Современная конкуренция. [Электронный ресурс]: журнал. – М.: Синергия ПРЕСС. – Профобразование

15. Управление в современных системах. Издательство: Южно-Уральский институт управления и экономики. – Профобразование

16. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. Издательство: Сибирская академическая книга. – Профобразование

17. Креативная экономика и социальные инновации: Издательство: Самарский институт - Высшая школа приватизации и предпринимательства. – Профобразование

Интернет-ресурсы:

18. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ "О техническом регулировании" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_40241/

19. Федеральный закон от 07.02.92№ 2300-1 "О защите прав потребителей" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/

20. Федеральный закон от 26.12.2008 N 294-ФЗ "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_83079/

21. ГОСТ Р 51304 – 2009. Услуги торговли. Общие требования. Введ. 2011-01-01. М.: Стандартинформ, 2010. 11 с. – Режим доступа: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=489511

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля ПМ.04 реализуется в течение двух семестров.

В процессе обучения основными формами являются: аудиторные

занятия, включающие лекции и практические занятия, а также самостоятельная работа обучающегося. Тематика занятий соответствует содержанию программы данного профессионального модуля.

Теоретические занятия формируют у обучающихся системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных технологий, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Практические занятия обеспечивают закрепление теоретического материала, приобретение и закрепление необходимых умений и навыков, формирование профессиональных компетенций, готовность к индивидуальной, групповой и самостоятельной работе, принятию ответственных решений в рамках определенной профессиональной компетенции.

Самостоятельная работа проводится вне аудиторных часов и составляет до 50% от обязательной аудиторной нагрузки обучающегося. Самостоятельная работа включает в себя работу с литературой, подготовку докладов и рефератов по выбранной теме, отработку практических умений, способствует развитию познавательной активности, творческого мышления обучающихся, прививает навыки самостоятельного поиска необходимой информации, а также формирует способность и готовность к самосовершенствованию, формированию общих и профессиональных компетенций.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную практику. Учебная практика проводится образовательным учреждением при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках

Учебная практика проводится под руководством преподавателей испециалистов организации-базы практики. Руководитель от колледжа назначается приказом директора из числа преподавателей специальных дисциплин. В обязанности преподавателя-руководителя практики входит: контроль выполнения программы практики, оказание методической и практической помощи студентам при отработке практических профессиональных умений и приобретения практического опыта.

Руководители практики от организации-базы практик назначаются приказом руководителя организации до начала практики, из числа специалистов, имеющих высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

Реализация ППССЗ по специальности обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю

преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Показатели оценки результатов, формы и методы контроля

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Содействовать покупке и продаже партий товаров (оптом), а также других видов продукции;	- демонстрировать умения в установлении коммерческих связей; - заключать договора и контролировать их выполнение; - оформлять претензии	Текущий контроль в форме: - устный и письменный опрос; - тестирование; - решение ситуационных задач; - оценка участия в ролевых (деловых) играх и тренингах; - выполнение рефератов, докладов; - презентации; - составление первичной документации; - защита практических работ; - проверочные работы по темам МДК; - оценка выполнения заданий для самостоятельной работы. Дифференцированный зачет по учебной практике. Дифференцированный зачет по МДК. Экзамен квалификационный по модулю.
ПК 4.2. Обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов, в том числе страховых и экспортных лицензий;	− использовать в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента; − соблюдать профессиональную этику и правила делового этикета в процессе делового общения	
ПК 4.3. Выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации;	- использовать торгово-технологическое оборудование в процессе организации и управления торгово-сбытовой деятельности предприятия	
ПК 4.4. Организовывать предоставление транспортных средств и обеспечение выполнения других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказывает помощь в доставке товаров.	-расчет основных показателей, характеризующих финансово-хозяйственную деятельность предприятия	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составить план действия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	Наблюдение и оценка деятельности обучающихся в процессе освоения ВПД
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	- определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска - номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации	Анализ результатов выполнения практических работ, заданий внеаудиторной самостоятельной работы

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	- определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования - содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования	Наблюдение и оценка деятельности обучающихся в процессе освоения ВПД
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	- организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности	Наблюдение и оценка деятельности обучающихся
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.	- описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения. - сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения.	Наблюдение и оценка деятельности обучающихся в коллективе в процессе практических занятий и на практике
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	- соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности. - правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения	Наблюдение и оценка деятельности обучающихся