МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»
(СГТУ имени Гагарина Ю.А.)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.
Л.И. Рожкова
26.06. 2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ (20004 АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ) ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ 38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)

г. Саратов 2020

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. N 539.

Разработчик: Нихо Р.Н., преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.
Курдюкова Т.И., преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Рецензенты:
Внутренний: Илюткина Т.В. - преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.
Внешний: Смирнов Александр Григорьевич, АО «Совхоз-Весна», заместитель генерального директора.

СОДЕРЖАНИЕ

1. **Паспорт рабочей программы профессионального модуля** **3**
2. **Структура и содержание профессионального модуля** **8**
3. **Условия реализации программы профессионального модуля** **21**
4. **Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля** **24**

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 профессиональной деятельности: **ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ (20004 АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ)**

1.2. Место профессионального модуля в структуре ППССЗ:

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл ППССЗ.

1.3. Цели и требования к результатам освоения профессионального модуля

Изучение профессионального модуля направлено на освоение основного вида деятельности Выполнение работ по профессии Агент коммерческий и соответствующих ему общих компетенций и профессиональных компетенций.

1.3.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 8.	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения
ОК 9.	Пользоваться иностранным языком как средством делового общения
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 11.	Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и

	контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Участвовать в работе по установлению необходимых деловых контактов между покупателями и продавцами товаров, включая техническую и другую продукцию (оборудование, сырье, полуфабрикаты и др.), а также оказывать различные коммерческие услуги.
ПК 4.2.	Содействовать покупке и продаже партий товаров

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт	– участия в работе по установлению необходимых деловых контактов между покупателями и продавцами товаров; – оформления заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов – соблюдения условий хранения и транспортировки товаров, – применения способов оптимальной выкладки товаров, их продвижения и реализации; – соблюдения этических норм поведения при налаживании деловых контактов с продавцами и покупателями;
уметь	– обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов; – выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов; – размещать рекламы в средствах массовой информации (торговом зале предприятия); – организовывать предоставление транспортных средств, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами; – обеспечивать выполнения других условий, предусмотренных заключенными соглашениями (между продавцом и покупателем) – оказывать помощь в доставке (продвижении, реализации) товаров.
знать	– нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся ведения бизнеса; – основы рыночной экономики; – методы установления деловых контактов (в том числе между продавцом и покупателем); – порядок оформления документов, связанных с куплей-продажей товаров и заключением договоров, соглашений и контрактов на оказание услуг (основных и дополнительных); – основы трудового, финансового, хозяйственного и налогового законодательства; – действующие формы учета и отчетности товаров;

	– организацию погрузочно-разгрузочных работ; – условия хранения (правила выкладки) и транспортировки товаров; – правила внутреннего трудового распорядка; – правила и нормы охраны труда.

1.4 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 316 часа, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 167 часа;
самостоятельной работы обучающегося - 77 часов;
учебной практики - 36 часов.
производственной (по профилю и специальности) -36 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ (20004 АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ)

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	**Наименование разделов профессионального модуля**	**Суммарный объем нагрузки, час.***(максимальная учебная нагрузка и практики)*	**Объем времени, отведенный на освоение МДК**								**Практика**	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося					**Самостоятельная работа обучающегося**		**Консультации**		
			Всего часов	**в т.ч. лаборат. занятия** *(если предусмотрено)* часов	**в т.ч. практич. занятия** *(если предусмотрено)* часов	**в т.ч., курсовая работа (проект)** *(если предусмотрено)* часов	**в т.ч. семинар. занятия** *(если предусмотрено)* часов	**Всего** часов	**в т.ч., курсовая работа (проект)** *(если предусмотрено)* часов		**Учебная** *(если предусмотрено)* часов	**Производственная (по профилю специальности)** часов
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**
ОК 1-12 ПК 4.1-4.2	**МДК 04.01. Технология организации продаж**	132	91	-	36	-	-	41	-			
	МДК 04.02. Мерчендайзинг	56	38	-	19	-	-	18	-			
	МДК 04.03. Психология и этика профессиональной деятельности	56	38	-	19	-	-	18	-			
	Учебная практика	36									**36**	**-**
	Производственная практика (по профилю специальности)	36									**-**	**36**
	ВСЕГО:	**316**	**167**	**-**	**74**	**-**	**-**	**77**	**-**	**-**	**36**	**36**

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрены) , иные виды учебной работы в соответствии с учебным планом	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программ
1	2	3	4	
МДК 04.01 Технологии организации продаж				
Тема 1. Сущность продаж и типы технологий их организации	**Содержание учебного материала**	**22**		**ОК 1-12** **ПК 4.1, 4.2**
	Сущность и виды продаж 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	2	1	
	Процесс продаж в коммерческой организации 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.	2	1	
	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.	2	1	
	Основные типы технологий организации продаж Основные технологии продаж. Краткая характеристика четырех основных технологий продаж.	2	1	
	Разработка этапов по технологиям продаж Общая схема продаж по этапам. Анализ ошибок при реализации различных этапах. Отработка правильных приемов по этапам продаж	2	1	

	Техника продаж для коммерческого агента Установление контакта. Этап открытия. Выяснение потребностей. Современная специфика этапа презентации с учетом роста числа конкурентов. Техника презентации. Техника этапа. Завершение сделки.	2	1	
	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.	2	1	
	Методика установления контакта Признаки, показатели и результаты установления контакта. Сущность и роль методики установления контакта. Открытые вопросы: преимущества и недостатки. Рекомендации по этапам установления контакта.	2	1	
	Самостоятельная работа обучающегося №1 Составление таблицы «Основные типы технологий организации продаж».	2	3	
	Работа с возражениями. Техники работы с возражениями Технология преодоления возражений и эффективного завершения сделки. Разновидности требований клиента «Прием Сократа» в продажах. Порядок работы с возражениями	2	1	
	Самостоятельная работа обучающегося №2 Составить таблицу: "Техники работы с возражениями	2	3	
	Принципы установления договорных отношений. Порядок заключения сделки. Договорные отношения в коммерческой деятельности предприятия. Выбор клиентов. Принципы заключения сделки. Порядок оформления договорных отношений.	2	1	
	Порядок заключения контрактов с организациями Понятие контракта. Виды контрактов. Порядок заключения контрактов с организациями (коммерческие контракты, государственные заказы)	2	1	
	Практические занятия	24	2	
	Практическое занятие №1 Закрепление общих знаний о продажах. Сущность, цели и задачи организации продаж	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №3 Составление таблицы «Основные типы технологий организации продаж».	2	3	
	Практическое занятие №2 Анализ профессии Агент коммерческий.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №4 Составление таблицы "Права, обязанность и ответственность менеджера по продажам"	2	3	
	Практическое занятие №3 Порядок выявления нужды и потребности клиентов. Освоение навыков процесса продаж	2	2	

	Самостоятельная работа обучающегося №5 Изучение особенностей личной продажи на предприятиях розничной торговли	2	3	
	Практическое занятие №4 Принципы установления контакта с клиентом по невербальным и вербальным компонентам	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №6 Изучение особенностей личной продажи на предприятиях розничной торговли	2	3	
	Практическое занятие №5 Установление контакта с клиентом при прямых продажах посредством открытых вопросов.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №7 Рассмотрение основных ошибок вербального и невербального взаимодействия с клиентом (конспект)	2	3	
	Практическое занятие №6 Правила организации публичного выступления и его особенности	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №8 Рассмотрение основных ошибок вербального и невербального взаимодействия с клиентом	2	3	
	Практическое занятие №7 Формирование таблицы «Признаки, показатели и результаты установления контакта»	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №9 Разработать сценарий публичного выступления по теме на выбор обучающегося	2	3	
	Практическое занятие №8 Классификация потребностей клиента	4	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №10 Разработать сценарий публичного выступления по теме на выбор обучающегося	2	3	
	Практическое занятие №9 Основные виды договоров в предпринимательской деятельности	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №11 Подготовка индивидуального или бинарного публичного выступления по заданной тематике с применением технологии «Power Point» (выбор свободный)	2	3	
	Практическое занятие №10,11 Составление контракта об оказании услуг (выполнении работ)	4	2	
	Самостоятельная работа обучающегося №12 Подготовка индивидуального или бинарного публичного выступления по заданной тематике с применением технологии «Power Point» (выбор свободный)	2	**3**	
Тема 2. Технологии организации продаж крупных контрактов	**Содержание учебного материала**	32	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	2	1	
	Выход на клиента Использование инструментов активизации этапа «Выход на Клиента» при крупных продажах. Семь уровней рекомендаций. Бизнес-тусовки. «Случайные» встречи. «Корпоративные сводники».	2	1	
	Второй этап работы с крупным контрактом Второй этап: определение и проработка круга влиятельных лиц, подготовка предложения. Цели второго этапа. Роль правильного определения «центра принятия решения». Основные психотипы коммерческих агентов и специфика работы с ними при крупных продажах	2	1	
	Третий этап работы с крупным контрактом 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?	2	1	
	Основы ценовой политики для крупных продаж Эластичность рынка и цена продаж. Зависимость спроса от цены. Принцип кинотеатра.	2	1	
	Самостоятельная работа обучающегося № 13 Составить таблицу "Виды цен и их характеристика"	2		
	Стратегия ведения переговоров о цене 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.	2	1	
	Специфика прайс-листов и скидок при крупных продажах Что такое прайс-листы. Интервальные прайс-листы. Скидка как инструмент продаж	2	1	
	Самостоятельная работа обучающегося № 14 Подготовить прайс-лист по торговому предприятию на выбор обучающегося	2	3	
	Специфика формирования коммерческого предложения для крупного контракта	2	1	
	Самостоятельная работа обучающегося № 15 Работа над созданием «Досье клиента» с использованием интернет-ресурсов (найти инф. сайт круп. компании, описать осн. реквизиты и лиц центра принятия решения по выбранному предложению).	2	3	
	Технология продаж СПИН (SPIN) Типы вопросов для выяснения потребностей клиента по технологии СПИН. Последовательность и направленность разных видов вопросов при использовании технологии СПИН	2	1	
	Самостоятельная работа обучающегося № 16 Составить схему последовательного и	2	3	

	поэтапного применения технологии СПИН на примере торгового предприятия			
	Модели продаж в компаниях Личный порог продаж. Возможности преодоления ограничения личного порога продаж. Эффективность технологии комплексного коммерческого предложения для «раскачки» личного порога продаж коммерческого агента	2	1	
	Самостоятельная работа обучающегося № 17 Описать основные ошибки при формировании коммерческих предложений. Кратко законспектировать.	2	3	
	Активное ценообразование Активное ценообразование как способ повышения доходов от продаж. Возможности повышения прибыли от продаж. Активное ценообразование.	2	1	
	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.	2	1	
	Прогнозирование продаж Необходимость и важность прогнозирования продаж. Значение прогнозирования при активных и пассивных продажах. Прогноз как инструмент управления временем. Прогноз как элемент оперативно-тактического планирования	2	1	
	Планирование сбыта Понятие сбыта и сбытовой деятельности предприятия. Функции и задачи сбытовой политики предприятия. Планирование сбыта и его показатели.	2	1	
	Отдел продаж и специфика его формирования Отдел продаж в структуре управления предприятием. Принципы формирования отдела продаж и требования к должностному составу. Положение об отделе продаж.	2	1	
	Практические занятия	12	2	
	Практическое занятие №12 Разработка концептуальной таблицы отличий крупных контрактов от мелких продаж	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося № 18 Составить эссе по теме: "Культура менеджера по продажам как основа работы с клиентом"	3	3	
	Практическое занятие №13 Формирование «Досье клиента»	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося № 19 Составить таблицу: "Пути преодоления разногласий с клиентом"	3	3	
	Практическое занятие №14 Разработка коммерческого предложения от ООО «Метро КэшЭндКэрри» розничным торговым предприятиям города. Поиск клиента. Определение минимальной суммы контракта.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося № 20 Провести анализ торговых предприятий города, по выбору и полученные результаты оформить в таблицу по теме: " Торговые центры города"	2	3	
	Практическое занятие №15 Разработка собственного коммерческого предложения по	2	2	

	самостоятельно выбранным поставщику и клиенту (на основании ранее составленных досье).			
	Практическое занятие №16 Скрипты продаж и правила их составления	2	2	
	Самостоятельная работа обучающегося № 21 Подготовить выступление и презентацию для демонстрации коммерческого предложения	2	3	
	Практическое занятие №17 Разработка скрипта продаж при личных продажах и крупных сделках.	2	2	
Комплексный дифференцированный зачет		1		
МДК 04.02 Мерчендайзинг		**38**		
Раздел 1. Методологические основы мерчендайзинга				
Тема 1.1 Сущность и значение мерчендайзинга	**Содержание учебного материала**	2	1	**ОК 1-12 ПК 4.1,4.2**
	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.			
Тема 1.2. Управление поведением потребителей	**Содержание учебного материала**	2	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 № 1 Анализ поведения потребителей при совершении покупки	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Конспект по теме «Использование психоанализа и бессознательных мотивов покупателей».	2	3	
Тема 1.3.	**Содержание учебного материала**	2	1	

Внутренняя планировка магазина	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.			
	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Составить схему по теме «Распределение площади подсобных помещений».	2	3	
Тема 1.4. Торгово-технологическое оборудование как средство мерчендайзинга	**Содержание учебного материала**	2		
	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.		1	
	Практическое занятие № 2 Изучение планировки торговых залов магазинов г.Саратова	4	2	
	Практическое занятие № 3 Изучение планировки торговых залов магазинов г.Саратова.			
Тема 1.5. Выкладка товаров	**Содержание учебного материала**	4		
	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 1чем 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.		1	
	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.		1	
	Практическое занятие № 4 Разработка и построение планограмм.	4	2	
	Практическое занятие № 5 Анализ выкладки товаров на прилавках и стеллажах в магазинах г. Саратова			

Тема 1.6. Категорийный мерчендайзинг	**Содержание учебного материала**	2	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 № 6 Анализ совместного размещения товаров в торговом зале магазина.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №3 Презентация по теме: «Особенности последовательности размещения непродовольственных товаров в магазине»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 4 Презентация по теме: Правила выкладки продовольственных товаров на прилавках магазина	2	3	
Тема 1.7. Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга	**Содержание учебного материала**	2	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 АВС». Формирование групп товаров «А», «В», «С» по общим признакам. Определение границ отделов и размещение товаров по статусу и роли в мерчендайзинговом процессе.			
	Практическое занятие № 7 Изучение метода импульсивных покупок в магазинах г. Саратова	6	2	
	Практическое занятие № 8 Изучение метода импульсивных покупок в магазинах г. Саратова			
	Практическое занятие № 9 Практическая работа Анализ привлекательности товарного отдела в торговых залах магазинов г.Саратова.			
	Самостоятельная работа обучающихся № 5 Конспект по теме «Определение оптимального размера выкладки».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 6 Сообщение по теме «Анализ возможных вариантов устранения дискомфорта восприятия».	2	3	
Тема 1.8. Атмосфера магазина	**Содержание учебного материала**	2	1	
	Атмосфера магазина: понятие, факторы, влияющие на нее. Составляющие атмосферы. Влияние факторов на посетителей магазина. Устранение дискомфорта восприятия.			
	Практическое занятие№10 Практическая работа Изучение влияния атмосферы магазина на посетителей. Защита рефератов	1	2	

	Самостоятельная работа обучающихся № 7 Написание рефератов по темам: «Как привлечь внимание к товару», «Как привлечь новых покупателей», «Черный мерчендайзинг»	6	3	
Комплексный дифференцированный зачет		1		
МДК 04.03 Психология и этика профессиональной деятельности		**38**		**ОК 1-12 ПК 4.1,4.2**
Введение	**Содержание учебного материала**	2	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.			
Тема 1. Профессиональная этика торгового работника	**Содержание учебного материала**	4	1	
	Понятие профессиональной этики. Понятие профессиональной этики. Роль и задачи профессиональной этики в торговле. Предмет этики торговли. Основные принципы профессиональной торговой этики.			
	Категории профессиональной торговой этики. Категории профессиональной торговой этики. Моральные принципы, ценности и нормы торгового работника. Этическая сторона услуг, службы, подчиненности.			
	Практическое занятие № 1 Изучение морально-нравственной культуры торговых работников.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 1 Учения Аристотеля об этике и морали	4	3	
Тема 2. Этическая культура сервиса, этика и этикет в торговле	**Содержание учебного материала**	6	1	
	Психология процесса торгового обслуживания Психология процесса торгового обслуживания. Этапы процесса торгового обслуживания.			
	Мотивы покупок Мотивы покупок. Психология импульсивных покупок. Типы и характеры покупателей. Индивидуальный подход к покупателю.			
	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.			
	Практическое занятие № 2 Определение мотивов покупки с точки зрения психологии	8	2	
	Практическое занятие № 3 Изучение поведения покупателей разных типов и характеров.			
	Практическое занятие № 4 Изучение принципов фирменного торгового обслуживания.			
	Практическое занятие № 5 Практическая работа Анализ профессионального поведения			

	продавца.			
	Самостоятельная работа обучающихся № 2 Подбор примеров этического поведения работника торговли (на примере действующего предприятия торговли).	4	3	
Тема 3. Профессиональная этика и этикет предпринимателя (коммерсанта). Сущность этики бизнесмена	**Содержание учебного материала**	2	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».			
	Практическое занятие № 6 Анализ соблюдения правил этикета в различных ситуациях.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 3 Профессиональная лексика торгового работника.	4	3	
Тема 4. Деловые переговоры	**Содержание учебного материала**	5	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.			
	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			
	Практическое занятие № 7 Подготовка и проведение переговоров (деловая игра).	3	2	
	Практическое занятие № 8 Проведение переговоров Защита рефератов	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 4 Написание рефератов на темы: «Размещение участников переговоров за столом», «Подготовка и проведение презентаций». «Правила телефонного этикета», «Стиль деловой одежды торгового работника», «Правила составления деловой переписки»	6	3	
Комплексный дифференцированный зачет		2		
Учебная практика **Примерные виды работ:** В соответствии с установленными требованиями составить краткосрочный договор поставки на конкретную группу товаров с производителем (поставщиком). Составленный договор приложить к отчету В соответствии с установленными требованиями составить договор поставки на конкретную группу товаров, учитывая форсмажорные обстоятельства. Составленный договор приложить к отчету В соответствии с необходимыми требованиями, включая реквизиты действующего предприятия составить письменный контракт на поставку товаров. Подготовленный документ приложить к отчету Провести анализ метода импульсивных покупок товаров покупателями: полностью незапланированная, частично незапланированная, незапланированная замена (разбиться на команды по 2 чел. И обыграть ситуацию покупатель-		36		

продавец) Составить алгоритм поведения потребителей при совершении импульсивных покупок товаров проанализировать выкладку товаров на прилавках и стеллажах торгового предприятия Составить схему выкладки товаров Предложить оптимальную выкладку товаров анализируемого предприятия. Обосновать выбор письменно Составить схему оптимальной выкладки товаров. Описать профессиональные обязанности продавца-консультанта и составить алгоритм профессионального общения продавца-консультанта с покупателем. Составленные документы приложить к отчету Составить план по проведению деловых переговоров с целью заключения договора-поставки товаров Описать порядок ведения переговоров продавца (поставщика) с покупателем (заказчиком) Оформление документов: "Отчет по практике", характеристика, дневник по практике.			
Производственная практика **Примерные виды работ:** Проанализировать краткосрочный договор-поставки с производителем (поставщиком) на конкретную группу товаров (не менее трех договоров) от предприятия Проверить на соответствие установленным требованиям краткосрочные договора поставки на конкретную группу товаров (не менее трех договоров) от предприятия. Представить письменный анализ в отчете Проанализировать долгосрочный договор-поставки с производителем (поставщиком) на конкретную группу товаров (не менее трех договоров) от предприятия Проверить на соответствие установленным требованиям долгосрочные договора поставки на конкретную группу товаров (не менее трех договоров) от предприятия Представить письменный анализ в отчете Проанализировать действующие контракты между предприятием и производителем (поставщиком) на поставку товаров Представить письменный анализ в соответствии с необходимыми требованиями, включая реквизиты действующего предприятия Представить письменный анализ метода импульсивных покупок товаров покупателями на предприятии Составить алгоритм поведения потребителей при совершении импульсивных покупок товаров на предприятии Представить письменный анализ выкладки товаров на предприятия Составить схему выкладки товаров на предприятии. Указать несоответствие выкладки установленным требованиям Представить письменные рекомендации по установлению оптимальной выкладки товаров анализируемого предприятия. Составить схему оптимальной выкладки товаров. Ответ письменно обосновать Представить письменно должностные инструкции персонала установленные предприятием Проанализировать соответствие поведения персонала предприятия должностным инструкциям, установленным предприятием Проанализировать поведение персонала предприятия при общении с покупателями в момент планирования и совершения покупок Представить письменный анализ поведения персонала с покупателями на соответствие должностным инструкциям и установленным требованиям. Представить письменные рекомендации по установлению контактов с покупателями при содействии совершению покупок Оформление документов: "Отчет по практике", характеристика, дневник по практике.	36		

Всего:	**316**	
Промежуточная аттестация (всего):		
Промежуточная аттестация по МДК.04.01 – комплексный дифференцированный зачет		
Промежуточная аттестация по МДК.04.02 - комплексный дифференцированный зачет		
Промежуточная аттестация по МДК.04.03 - комплексный дифференцированный зачет		
Промежуточная аттестация по УП.04.01 – дифференцированный зачет		
Промежуточная аттестация по ПП.04.01 - дифференцированный зачет		
Промежуточная аттестация по ПМ - экзамен квалификационный		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАМММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению профессионального модуля

Реализация программы профессионального модуля требует наличия кабинета организации коммерческой деятельности и логистики, лаборатории технического оснащения торговых организаций и охраны труда для проведения занятий лекционного типа, практических, занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Кабинет методического обеспечения организации физкультурно-спортивной деятельности

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

Технические средства обучения:

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе дисциплины, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации профессионального модуля

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993г. (действующая редакция.).
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 №51-ФЗ (действующая редакция.).
3. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 №146-ФЗ (действующая редакция.).
4. Трудовой кодекс Российской Федерации (действующая редакция.).

Основная учебные издания:

5. Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01668-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451544

6. Бороздина, Г. В. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00753-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433552

7. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02383-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453303 (дата обращения: 13.11.2020).

8. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426395

9. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450802

10 Парамонова, Т.Н. Мерчандайзинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. — Москва : КноРус, 2020. — 143 с. — ISBN 978-5-406-00249-0. — URL: https://book.ru/book/934209

Дополнительные учебные издания:

11. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/447001

12. Крысько, В. Г. Психология в схемах и комментариях : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Г. Крысько. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10761-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455930

13. Леонов, Н. И. Психология общения : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. И. Леонов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10454-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455694

14. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450802

15. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга +е-Приложение : учебник / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2021. — 246 с. — ISBN 978-5-406-01741-8. — URL: https://book.ru/book/935748

16. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450814

Интернет-ресурсы

17.Сайт справочной информационной системы «Консультант Плюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

18. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

19.Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ.

20. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

21. Методические рекомендации по подготовке и защите курсовых работ.

22. Методические указания по выполнению заданий практики.

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При реализации компетентностного подхода программа профессионального модуля предусматривает использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (применение электронных образовательных ресурсов, деловых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Реализация практических занятий осуществляется непосредственно в ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации МДК 04.01. Технология организации продаж, МДК 04.02. Мерчендайзинг, МДК 04.03. Психология и этика профессиональной деятельности учебной практики, производственной (по профилю специальности) практики, предусмотренных учебным планом следующим образом:

- при реализации МДК 04.01. Технология организации продаж, МДК 04.02. Мерчендайзинг, МДК 04.03. Психология и этика профессиональной деятельности практическая подготовка организуется путем проведения практических, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Учебная практика проводится на базе ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Производственная (по профилю специальности) практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Производственная (по профилю специальности) практика проводится концентрировано по завершении освоения МДК 04.01. Технология организации продаж, МДК 04.02. Мерчендайзинг, МДК 04.03. Психология и этика профессиональной деятельности

Программа профессионального модуля реализуется в 3,4 семестрах 2 курса обучения.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам, производственной (по профилю специальности) практике:

наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля;

- наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- получение дополнительного профессионального образования по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Код, наименование профессиональных компетенций	**Критерии оценки**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
ПК 4.1. Участвовать в работе по установлению необходимых деловых контактов между покупателями и продавцами товаров, включая техническую и другую продукцию (оборудование, сырье, полуфабрикаты и др.), а также оказывать различные коммерческие услуги.	участие в работе по установлению необходимых деловых контактов между покупателями и продавцами товаров; соблюдения этических норм поведения при налаживании деловых контактов с продавцами и покупателями	Текущий контроль успеваемости: - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - собеседование по результатам выполненной работы; - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". Межсессионная аттестация – тестирование. Промежуточная аттестация по МДК 04.01,04.02 ,04.03 в форме экзаменов Оформление и защита отчета (по итогам прохождения учебной и производственной практики (по профилю специальности). Дифференцированный зачет по учебной и производственной практики (по профилю специальности) Промежуточная аттестация по ПМ в форме экзамена квалификационного
ПК 4.2. Содействовать покупке и продаже партий товаров	оформления заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов соблюдения условий хранения и транспортировки товаров, применения способов оптимальной выкладки товаров, их продвижения и реализации;	

Код, наименование общих компетенций	**Критерии оценки**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- Определение социальной значимости профессиональной деятельности; - определение и характеристика задач и видов трудовых действий; - умение аргументировать свой профессиональный выбор; - поиск информации о профессиональной деятельности; - анализ информации о профессиональной деятельности.	Текущий контроль успеваемости: - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - собеседование по результатам выполненной работы; - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". Межсессионная аттестация – тестирование. Промежуточная аттестация по МДК 02.01,02.02 ,02.03 в форме экзаменов Оформление и защита отчета (по итогам прохождения учебной и производственной практики (по профилю специальности). Дифференцированный зачет по производственной практики (по профилю специальности) Промежуточная аттестация по ПМ в форме экзамена квалификационного
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выявление задачи в профессиональном контексте; - анализ задачи, выделение её составных частей; - определение этапов решения задачи; - поиск информации необходимой для решения задачи; - планирование деятельности; - определение необходимых ресурсов; - контроль деятельности; - проведение оценки результатов собственных действий	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- анализ стандартных и нестандартных ситуаций; - описание ситуации; - выявление причинно-следственных связей; - поиск путей решения ситуации; - несение ответственность за принятое решение	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- определение задачи для поиска информации; - определение необходимых источников информации; - планирование процесса поиска; - структурирование получаемой информации; - выделение наиболее значимого в перечне информации; - оценка практической значимости результатов поиска; - оформление результатов поиска	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- применение средств информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - осуществление поиска, обработки и хранения информации при помощи информационно-коммуникационных технологий; - решение профессиональных задач при помощи информационно-	

	коммуникационных технологий; - использование современного программного обеспечения	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- выполнение задач в рамках задания команды; - анализ и верная оценка собственной деятельности и деятельности коллег по команде; - позиционирование себя в команде; - презентация собственных идей; - эффективное взаимодействие посредством письменных и устных коммуникаций с коллегами, руководством, потребителями.	
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- определение актуальности нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применение современной научной профессиональной терминологии; - определение задач профессионального и личностного развития; - определение и выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - планирование повышения своей квалификации	
ОК 8. Вести здоровый образ жизни, применять спортивно - оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения	- ведение здорового образа жизни; - применение спортивно-оздоровительных методов и средств для коррекции физического развития и телосложения	
ОК 9. Пользоваться иностранным языком как средством делового общения	- использование иностранного языка как средства делового общения; - понимание общего смысла четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые); - понимание текста на базовые профессиональные темы; - участие в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы	
ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и	- понимание общего смысла четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые); - участие в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;	

письменную речь.	- построение простых высказываний о себе и о своей профессиональной деятельности; - краткое обоснование и объяснение своих действий (текущих и планируемых); - написание простых связных сообщений на знакомые или интересующие профессиональные темы	
ОК 11. Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций	- соблюдение норм безопасности жизнедеятельности; - обеспечение безопасности жизнедеятельности; - предотвращение техногенных катастроф в профессиональной деятельности; - организация, проведение и контроль мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций	
ОК.12 Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	- правильное толкование норм действующего законодательства РФ; - соблюдение действующего законодательства РФ и обязательных требований нормативных документов; - соблюдение требований стандартов и технических условий	

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Показатели и критерии оценивания компетенций

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

Контрольные и тестовые задания

Контрольные задания содержатся в приложении 1.

Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих формирование компетенций, содержатся в приложении.

Приложение 1

Контрольно-оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю
ПМ.04. ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ОДНОЙ ИЛИ НЕСКОЛЬКИМ ПРОФЕССИЯМ РАБОЧИХ, ДОЛЖНОСТЯМ СЛУЖАЩИХ (20004 АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ)

1.1. Форма промежуточной аттестации: Экзамен квалификационный (4 семестр).

1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий

Оценивание результатов выполнения заданий промежуточной аттестации осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

- метод экспертной оценки;
- метод расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов;
- метод агрегирования.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется стобалльная шкала оценки для оценивания результатов обучения.

Перевод стобалльной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

Оценка	**Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания, средний балл по итогам аттестации**
Оценка 5 «отлично»	**90-100**
Оценка 4 «хорошо»	**76-89**
Оценка 3 «удовлетворительно»	**50-75**
Оценка 2 «неудовлетворительно»	**≤ 49**

1.3. Контрольно-оценочные средства

1.3.1 Задание:

1. Тестирование
2. Практическое задание

Примерное задание «Тестирование»

МДК 04.01. Технология организации продаж

1.Определите последовательность элементов договора в договоре купли - продажи

А. Реквизиты Продавца
Б. Реквизиты договора
В. Обязательства сторон
Г. Преамбула

Д. Реквизиты Покупателя
Е. Предмет договора

2. Назовите вид предпринимательской активности, результатом которого является производство товара, готового к потреблению:

А. инновационный
Б. финансовый
В. вспомогательный
Г. основной

3. Лицо, действующее от имени и в интересах производителя товара или потребителя:

А. дилер
Б. принципал
В. Агент
Г. дистрибьютор

4. Определите цену, устанавливаемую за товарную единицу розничным торговцем для розничных покупателей такого товара:

А. оптовая цена
Б. оптовая цена производителя
В. оптовая цена посредника
Г. розничная цена

5. Определите типы агентов, которые занимаются подбором нужного товарного ассортимента:

А. полномочные агенты по сбыту
Б. агенты производителей
В. комиссионеры
Г. агенты по закупкам

6 Определите, какие два ключевых условия являются основой агентского договора:

А. Условия поставки и размер агентского награждения.
Б. Товар и условия поставки.
В. Цена товара и размер агентского вознаграждения.
Г. Цена товара и срок поставки

7. Публичный торг, где покупатель соревнуется за право приобретения товара, выставляемого на продажу:

А. Оптовый дистрибьютор
Б. Биржа
В. Аукцион
Г. Оптовый рынок

8. Система мер законодательного, исполнительного, контролирующего характера, осуществляемые правомочными государственными учреждениями и общественными организациями в целях стабилизации существующей социально-экономической системы:

А. государственная экономическая политика
Б. государственное регулирование
В. правовое регулирование
Г. экономическое регулирование

9. К трём важнейшим чертам предпринимательства относятся:

А. самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов
Б. распределение трудового участия
В. хозяйственный риск и ответственность
Г. экономическая заинтересованность

10. Определить предпринимательский риск, который представляет собой опасность выбора ошибочной стратегии поведения на рынке:

А Маркетинговый
Б Экономический

В Риск невыполнения договорных обязательств
Г Инвестиционный

11. Определите систему универсальных и специфических нравственных требований и норм поведения, реализуемых в профессиональной деятельности:

А этика
Б этика деловых отношений
В Культура
Г Хозяйственная культура

12. Определите совокупность производственных, общественных и духовных потребностей людей, или высокий уровень чего-либо, высокое развитие, умение:

А этика
Б этика деловых отношений
В культура +
Г хозяйственная культура

13. Определите предпринимательские политические риски:

А национализация предприятий
Б изменение налоговой политики
В случайная гибелиьимущества
Г конфискация товаров или предприятий

14. Какие элементы входят в состав культурной среды?

А социальная организация
Б образование, искусство
В политика +
Г производство

15. Выберите коммерческую организацию:

А. Потребительский кооператив
Б. Учреждение
В. Акционерное общество
Г. Фонд

16. Унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления, называется:

А. Государственное унитарное предприятие
Б. Муниципальное унитарное предприятие
В. Федеральное казенное предприятие

17. Определите вид акции, владельцы которых обладают правами акционера в полном объеме (включая право голоса):

А. Привилегированные
Б. На предъявителя
В. Именные
Г. Обыкновенные

18. Какая мера не применяется к неисправному должнику?

А. Административное регулирование
Б. Реорганизационная процедура
В. Ликвидационная процедура
Г. Мировое соглашение

19. Определите раздел бизнес – плана, в котором должно быть показано, что реализация товара не вызовет серьёзных проблем и определен объем затрат на сбыт продукции:

А. Организационный план
Б. Финансовый план
В. План маркетинга

20. Дайте определение совокупности современных принципов, методов, средств и форм управления, направленных на повышение эффективности работы предприятия:

А посредничество

Б менеджмент +
В маркетинг
Г предпринимательство

21. Определите документ, в котором формулируются цели предприятия, дается их обоснование, определяются пути достижения, необходимые для реализации средства и конечные финансовые показатели работы:

А. Бизнес – план
Б. Устав предприятия
В. Учредительный договор
Г. Технико- экономическое обоснование.

22. Определите форму (концепцию) организации производительного процесса, при которой осуществляются параллельно два блока действий:организовывать производительый процесс и искать рынки сбыта?

А сбытовая концепция +
Б маркетиговая концепция
В организационная концепция

23. Назовите основоположника «второй волны», который выделял инновационность как основную отличительную черту предпринимательства:

А. Ричард Кантильон
Б. Й. Шумпетер
В. Ф. Найт
Г. Ф. Хайек

24.Человек, который создает что-то новое, берет на себя весь риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым – это:

А. деятель
Б. предприниматель
В. финансист
Г. коммерсант

25.Вариантом какого договора является договор поставки?_____

Договора купли - продажи

МДК 04.02. Мерчендайзинг

1) Отметьте правильную последовательность воздействия на покупателя с помощью формулы AIDA:

А. Интерес, внимание, действие, желание.
В. Желание, интерес, действие, внимание.
С. Внимание, интерес, желание, действие.

2) Чувствительных к цене покупателей можно стимулировать с помощью…

А.Цены.
В.Имиджа торгового предприятия.
С. Брэнда производителя.

3) Наиболее удобная зона выбора товаров – это зона полок, расположенных над уровнем пола на высоте…

А. 80-110 см.
В. 110-160 см.
С.- до 80 см.

4) К POS – средствам наружного оформления относятся:

А. Фасадные вывески
В. Выставочные стенды
С. Указатели

5) Представление товаров по цветовой гамме целесообразно в магазинах:
А. Торгующих продовольственными товарами.
Б. Желающих представить товар в больших количествах.
С. Торгующих непродовольственными товарами для обеспеченной категории потребителей.
6) С помощью средств мерчандайзинга можно:
А. Использовать методы ценового стимулирования.
В. Увеличить оборот по наиболее выгодной категории товара.
С. Привлечь внимание покупателей к новым торговым маркам.
7) Цели мерчандайзинга производителя:
А. Увеличение общей прибыли магазина.
В. Поддержание продаж товаров собственных марок.
С. Совершенствование торгового ассортимента магазина.
8) Основные процедуры мерчандайзинга:
А. Оформление места продажи.
В. Реклама в СМИ.
С. Представление товаров в торговом зале.
9) При планировке магазина с использованием "решетки" с линейным продольным размещением оборудования:
А. Стеллажи с товарами располагаются перпендикулярно входящему в зал потоку.
В. Стеллажи с товарами располагаются параллельно входящему покупательскому потоку.
С. Применяется разбивка торгового зала на изолированные секции.
10) Вертикальная выкладка товаров предусматривает размещение:
А. Однородных товаров по всей длине оборудования.
В. Демонстрацию мелких товаров в кассетах.
С. Однородных товаров несколькими рядами сверху вниз.
11) Правильно оформленные и рационально размещенные ценники должны:
А. Соответствовать размеру товара.
В. Располагаться точно над товаром.
С. Располагаться точно под товаром.
12) В магазине при четко запланированной покупке покупатель проходит этапы принятия решения:
А. Оценка товара.
В. Осознание потребности.
С. Покупка товара.
13) Розничные торговцы не используют данный подход к выкладке товара:
А. Идейное представление товара
В. Представление по видам и стилям.
С. Горизонтальное представление.
14) Мероприятия по стимулированию торгового персонала…
А. Мотивация через материальные и моральные стимулы.
В. Прямой маркетинг.
С. Обучение.
15) Горизонтальная выкладка предполагает….
А. Размещение однородных товаров по всей длине оборудования.
В. Расположение однородных товаров несколькими рядами на всех полках стеллажей сверху вниз.
С. Расположение отдельно стоящего фирменного стенда или стойки
16) Маркетинговые коммуникации в розничном торговом предприятии включают:
А. Рекламные коммуникации.
В. Стимулирование покупателей.
С. Разработку нового товара.
17) Рекламные коммуникации розничного торгового предприятия включают:

А. Ценовое стимулирование.
В. Обучение персонала.
С. Рекламу на месте продажи.

18) К постоянным рекламным материалом относят:

А. Надписи на окнах и стенах
В. Вывески.
С. Макет товара.

19) Идейное представление товара предполагает:

А. Наличие фирменного стенда.
В. Учет ценовой категории товара.
С. Продажу мебели по образцам.

20) Для облегчения покупателю поиска нужного товара необходимо:

А. Создавать видимые блоки по марке.
В. Размещать товар на нижних полках.
С. Приковывать внимание покупателя к "холодной" зоне торгового зала.

21) Стимулирующие рекламные материалы используются:

А. Короткий период времени.
В. Постоянно.
С. Длительный период времени.

22) При планировке магазина с использованием "решетки" с линейным поперечным размещением оборудования:

А. Стеллажи с товарами располагаются перпендикулярно входящему в зал потоку.
В. Стеллажи с товарами располагаются параллельно входящему покупательскому потоку.
С. Применяется разбивка торгового зала на изолированные секции.

23) При планировке магазина с использованием боксовым размещением оборудования:

А. Стеллажи с товарами располагаются перпендикулярно входящему в зал потоку.
В. Стеллажи с товарами располагаются параллельно входящему покупательскому потоку.
С. Применяется разбивка торгового зала на изолированные секции.

24) Смешанная планировка магазина представляет собой:

А. Стеллажи с товарами располагаются перпендикулярно входящему в зал потоку.
В. Предусматривается разнообразие комбинаций линейной и боксовой планировок.
С. Предполагается расстановка оборудования без определенной системы.

25) Разрабатываемый проект планировки торгового зала должен отвечать следующим требованиям:

А. Эффективного использования пространства
В. Увеличения объема продаж
С. Соответствие дизайна интерьера моде

МДК 04.03. Психология и этика профессиональной деятельности

<u>Вопрос 1</u> . Общение это-

1. Взаимодействие людей, не имеющих общие или взаимозаменяющие интересы, либо потребности.
2. Взаимодействие людей, имеющих общие или взаимозаменяюшие интересы, либо потребности.
3. Отношение к поступающей информации.

<u>Вопрос 2</u>. Стили общения бывают:

1. Ритуальный.
2. Манипулятивный.
3. Иронический.

<u>Вопрос 3</u>. Из скольких действий организуется структура акта общения:

1. 12.
6.13.

3. 15.
4. 14.

<u>Вопрос 4</u>. Содержание общения:

1. Передача от человека к человеку информации.
2. Восприятие партнерами по общению друг друга.
3. Ориентация в коммуникативной ситуации.
4. Взаимооценка партнерами по общению друг друга.
5. Взаимодействие партнеров друг с другом.

<u>Вопрос 5</u>. Функции общения:

1. Инструментальная.
2. Интрегративная.
3. Деловая.
4. Трансляционная.
5. Экспрессивная.

<u>Вопрос 6</u>. Виды общения:

1. Формальное.
2. Деловое.
3. Спор.
4. Духовное.
5. Светское.

<u>Вопрос 7.</u> Структура делового общения состоит из:

1. Коммуникативной стороны.
2. Интерактивной стороны.
3. Перцептивной стороны.
4. Субъективной стороны.

<u>Вопрос 8</u>. Стиль общения это:

1. Индивидуально-психологические особенности взаимодействия между Людьми.
2. Индивидуально-типологические особенности между людьми.
3. Индивидуально-субъективные особенности между людьми.

<u>Вопрос 9.</u> Механизм общения включает в себя:

1. Заражение.
2. Внушение.
3. Убеждение.
4. Принуждение.
5. Копирование.

<u>Вопрос 10.</u> Барьеры восприятия в общении бывают:

1. Эстетический барьер.
2. Барьер « возраста».
3. Состояние здоровья.
4. Некомпетентность.
5. Барьер «боязни контактов».

<u>Вопрос 11</u>. Невербальные средства общения являются:

1. Интерактивной стороной общения.
2. Персептивной стороной общения.
3. Коммуникативной стороной общения.

<u>Вопрос 12</u>. Невербальное поведение-это:

1. Открытые социально-психологические и индивидуально психологические характеристики личности.
2. Скрытые для непосредственного наблюдателя социально- психологические и индивидуально психологические характеристики личности.

<u>Вопрос 13</u>. Невербальные средства общения:

1. Кинесика.
2. Дистанция.
3. Такесика.
4. Проксемика.
5. Рукопожатие.

<u>Вопрос 14.</u> Трактовка «взгляда в сторону означает:
1. Страх и желание уйти.
2. Не понял, повтори.
3. Пренебрежение.
4. Хочу подчинить себе.

<u>Вопрос 15</u>. Жесты и позы защиты:
1. Пощипывание переносицы.
2. Потирание лба.
3. Руки, скрещенные на груди.
4. Сжимание пальцев в кулак.

<u>Вопрос 16.</u> Просодика-это:
1. Динамические прикосновения в форме рукопожатия, похлопывания, поцелуя.
2. Название таких ритмико-интонационных сторон речи, как высота, громкость голосового тона, тембр голоса, сила ударения.
3. Зрительно воспринимаемые движения другого человека, выполняемые выразительно-регулятивную функцию.

<u>Вопрос 17.</u> Трактовка доминирующего рукопожатия:
1. Рука снизу, ладонь развернута вверх.
2. Рука партнеров в одинаковом положении.
3. Рука сверху, ладонь развернута вниз.

<u>Вопрос 18</u>. Один из первых ученых, который изучал пространственную структуру общения:
1. Р. Экслайн.
2. Л.Винтере.
3. Э. Холл.
4. А. Шефлен.

<u>Вопрос 19</u>. Социальная дистанция общения варьируется на расстоянии от:
1. 45-120 см..
2. 400-750 см..
3. От 120 до 400 см

<u>Вопрос 20.</u> Невербальное поведение личности:
1. Создает образ партера по общению.
2. Выражает взаимоотношения партнеров по общению. 3. Является индикатором актуальных психических состояний личности.
3. Выступает в роли уточнения, изменения понимания вербального общения, усиливает эмоциональную насыщенность сказанного.
4. Выступает в качестве показателя статусных отношений.

<u>Вопрос 21</u>. Вербалъные средства общения являются:
1. Коммуникативной стороной общения.
2. Интерактивной стороной общения.
3. Персептивной стороной общения.

<u>Вопрос 22</u>. К вербальным средствам общения относят:
1. Мимика.
2. Слова.
3. Жесты.

<u>Вопрос 23</u>. Величина потери информации определяется:
1. Общим несовершенством человеческой речи.

2. Невозможностью полно и точно воплотить мысли в словесные формы.
3. Наличием или отсутствием доверия к собеседнику.
4. Эмоциями.
5. Совпадением или несовпадением словарного запаса и др.

Вопрос 24. Итоговое восприятие информации:

1. 80%
2. 70%
3. 30-40%
4. 10-20%.

Вопрос 25. Ораторское искусство предполагает:

1. Умение точно формулировать свои мысли.
2. Излагать их доступным для собеседника языком.
3. Ориентироваться в обществе на реакцию собеседника.

Примерное практическое задание:

Ситуационная задача 1

Торговое предприятие ИП Корольков И.А. планирует осуществлять торговую деятельность в г.Саратове. Формат –магазин у дома с общей торговой площадью 100 кв/м., площадь торгового зала- 80 кв/м. Вид деятельности – торговля продовольственными и непродовольственными товарами, продажа осуществляется через прилавки-витрины, в торговом зале 2 кассовые зоны (зона продовольственных товаров и зона непродовольственных товаров).

Задачи:

1) составить и заполнить краткосрочный договор-поставки товаров;
2) составить планограмму размещения оборудования и товаров в торговом зале;
2) предложить рекламные коммуникации при продвижении предприятия (ответ обосновать);
3) предложить оптимальную логистическую цепь при доставке товаров на предприятие;
4) составить схему приемки товаров по количеству и качеству
5) составить схему ведения переговоров с поставщиком на поставку товаров используя элементы деловой беседы.

1.3.2. Критерии оценки

Критерии оценки задания «Тестирование»

Максимальное количество баллов за выполнение задания «тестирование» – 30 баллов.

Оценка за задание «Тестирование» определяется простым суммированием баллов за правильные ответы на вопросы. Один верный ответ равен 1 баллу.

Ответ считается правильным, если:

- при ответе на вопрос закрытой формы с выбором ответа выбран правильный ответ;
- при ответе на вопрос открытой формы дан правильный ответ;
-при ответе на вопрос на установление правильной последовательности установлена правильная последовательность;
-при ответе на вопрос на установление соответствия, если сопоставление произведено верно для всех пар.

	Критерии оценки к практическим заданиям	**Баллы за критерии оценки**
1	**Ответ на вопросы**	**Максимальный балл - 50 баллов**
	верно и полно даны ответы на все поставленные вопросы	**50 баллов**
	верно, но не полно даны ответы на все поставленные вопросы	**40 баллов**
	верно и полно даны на ответы на 2 вопроса	**30 баллов**
	верно, но не полно даны ответы на 2 вопроса	**20 баллов**
	верно и полно дан ответ на 1 вопрос	**15 баллов**
	верно, но не полно дан ответ на 1 вопрос	**10 баллов**
2	**Устное объяснение ответа**	**Максимальный**

		балл - 20 баллов
	последовательность	**4 балла**
	точность	**4 балла**
	логичность изложения	**4 балла**
	аргументированность	**4 балла**
	оригинальность	**4 балла**
	ИТОГО	**70**

1.4. Материально-техническое обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Аттестация проводится в учебной лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности

1.5. Учебно-методическое и информационное обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993г. (действующая редакция.).

2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 №51-ФЗ (действующая редакция.).

3. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 №146-ФЗ (действующая редакция.).

4. Трудовой кодекс Российской Федерации (действующая редакция.).

Основная учебные издания:

5. Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01668-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451544

6. Бороздина, Г. В. Психология общения : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00753-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433552

7. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02383-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453303 (дата обращения: 13.11.2020).

8. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426395

9. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450802

10 Парамонова, Т.Н. Мерчандайзинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Рамазанов И.А. — Москва : КноРус, 2020. — 143 с. — ISBN 978-5-406-00249-0. — URL: https://book.ru/book/934209

Дополнительные учебные издания:

11. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/447001

12. Крысько, В. Г. Психология в схемах и комментариях : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Г. Крысько. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10761-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455930

13. Леонов, Н. И. Психология общения : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. И. Леонов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10454-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455694

14. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450802

15. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга +е-Приложение : учебник / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2021. — 246 с. — ISBN 978-5-406-01741-8. — URL: https://book.ru/book/935748

16. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450814

Интернет-ресурсы

17.Сайт справочной информационной системы «Консультант Плюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

18. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

19.Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ.

20. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

21. Методические рекомендации по подготовке и защите курсовых работ.

22. Методические указания по выполнению заданий практики.