

СОГЛАСОВАНО

на заседании Совета колледжа

Протокол № 1

от 31.08.2020 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ Уфимский

торгово-экономический колледж



Р.Х. Сабитов

31.08.2020г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ УСЛУГАМ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ТРЕНИНГ ПО ПСИХОЛОГИИ

УСПЕШНЫХ ПРОДАЖ»

ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ 38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)

38.02.05 ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Уфа

Составитель:

Мухарямова Г.Ф., преподаватель предметной (цикловой) комиссии
Гостиничного сервиса и туризма

Рецензент:

Л.З. Латыпова, председатель ПцК Гостиничного сервиса и туризма

Тематический план учебных занятий

Наименование разделов и тем	Максим. нагрузка	Кол-во ауд. часов			Самост. работа
		Всего	Лекции	Практ. работа	
Психология успешных продаж	36	18	8	10	18
Тема 1. Психологические аспекты управления продажами. Роль личной продажи.	2	2	1	1	-
Тема 2. Организация взаимодействия с покупателями с учетом их психологических особенностей. Принципы личной продажи. Этапы процесса продаж. Подготовительный этап продажи.	8	2	1	1	6
Тема 3. Психологические методы и приемы, обеспечивающие управление продажами на различных стадиях заключения сделки. Установление контакта продавца с покупателем	2	2	1	1	-
Тема 4. Основы психологии: типы покупателей. Индивидуальный подход к клиенту.	4	4	2	2	-
Тема 5. Анализ потребностей клиента.	6	2	1	1	4
Тема 6. Презентация товара	4	2		2	2
Тема 7. Преодоление возражений клиента	2	2	2	-	-
Тема 8. Переговоры о цене. Завершающая стадия продажи	8	2	-	2	6
ВСЕГО	36	18	8	10	18

Пояснительная записка

Программа дисциплины «Психология успешных продаж» предназначена для платных дополнительных образовательных услуг для специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**.

Программа рассчитана на 36 учебных часов, в том числе практических занятий 10 часов, самостоятельной работы 18 часов. Программой предусматривается освоение студентами основ знаний и приобретение профессиональных умений и навыков по психологии успешных продаж, способности реализовывать проекты и владение методами их реализации.

Цели изучения дисциплины:

- Ознакомление с понятием психологии продаж.
- Обладание базовыми навыками психологии продаж.
- Осуществление связи между покупателями, торговыми и производящими организациями.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен **уметь**:

1. Разрабатывать и обеспечивать реализацию мероприятий по организации и созданию сети сбыта товаров (разработка и построение каналов движения товаров к потребителям; построение отношений с оптовыми и розничными торговыми предприятиями, иными посредниками; развитие дилерских отношений).
2. Организовать преддоговорную работу (выбор вида договоров: дистрибьюторский, купли-продажи, пр.; определение способов и форм исполнения обязательств, разработка преддоговорной документации, согласование разногласий, анализ документации покупателей, пр.) и заключать договоры (купи-продажи, поставки, пр.).
3. Создавать и обеспечивать постоянное обновление информационных баз о покупателях (организационно-правовые формы, адреса, реквизиты, номера телефонов, фамилии руководителей и ведущих специалистов, финансовое состояние, объемы закупок, объемы продаж, своевременность и полнота исполнения обязательств, др.).
4. Анализировать объемы продаж и подготавливает отчеты по результатам анализа для представления вышестоящему должностному лицу.

5. Осуществлять поиск покупателя:

- поиск контакта с потенциальным покупателем (работа со справочниками, адресными книгами, визиты, телефонные звонки);
- привлечение внимания потенциальных покупателей;
- организация рекламы, презентаций;
- участие в выставках и т.п.

6. Вести переговоры с покупателем по:

- организации встреч с потенциальным клиентом;
- созданию благоприятного эмоционального фона делового общения;
- выслушивает клиента, получает информацию о его потребностях;

7. На основании этой информации, а также сведений о товаре и его возможностях, условиях его продажи и послепродажного обслуживания, формировать торговое предложение клиенту.

Обсудить торговое предложение, ответить на вопросы и возражения клиента, вести поиск взаимовыгодных вариантов сделки.

8. Заключать сделку. Организовать выполнение торгового заказа и контроль за соблюдением сроков и условий.

9. Создать предпосылки (деловые и психологические) для дальнейшего сотрудничества.

Аналитическая деятельность специалисту по продажам необходима для успешной работы (подготовительный этап процесса продажи):

изучению свойств продаваемых товаров, сравнение их с конкурентными товарами; изучению потребностей, личностных особенностей клиентов, ведение базы клиентов; изучению документов, отражающих динамику продаж.

10. Составлять отчеты.

знать:

- нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и нормативные документы, регулирующие организацию сбыта и продажи товаров, оказания услуг;

- основы финансового, хозяйственного, налогового и трудового законодательства;
- прогрессивные формы и методы торговли и сбыта;
- перспективы развития и потребности отрасли, предприятий, учреждений, являющихся потенциальными покупателями (заказчиками) производимой продукции и оказываемых услуг;
- порядок заключения договоров купли-продажи и оформления необходимых документов;
- условия заключения коммерческих сделок и методы доведения товаров (услуг) до потребителей;
- действующие ценники и прейскуранты;
- конъюнктуру внутреннего и внешнего рынка;
- ассортимент, номенклатуру и типоразмер товаров, правила расшифровки кодов, артикулов и маркировки;
- требования стандартов и технических условий, предъявляемых к качеству товаров (услуг), основные их свойства, качественные и потребительские характеристики;
- адреса потенциальных покупателей (заказчиков);
- передовой отечественный и зарубежный опыт организации сбыта товаров и обслуживания населения;
- основы психологии, экономики и организации труда;
- правила внутреннего трудового распорядка;
- правила и нормы охраны труда.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Результатом освоения программы ДООУ является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

<i>Код</i>	<i>Наименование результата обучения</i>
ПК 1.2	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.
ПК 1.3	Принимать товары по количеству и качеству.
ПК 1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.
ПК 1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.
ПК 1.6	Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.
ПК 1.7	Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.
ПК 1.8	Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.
ПК 1.9	Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.
ПК 1.10	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.
ПК 3.5	Контролировать условия и сроки хранения и транспортирования товаров, обеспечивать их сохраняемость, проверять соблюдение требований к оформлению сопроводительных документов.
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 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

ДОУ «Психология успешных продаж»

Наименование темы	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
<p>Тема 1. Психологические аспекты управления продажами. Роль личной продажи.</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	1	
	<p>1. Продажа как инструмент системы сбыта. Роль службы сбыта. Цели и задачи современного продавца. Менеджмент службы сбыта.</p>		2
	<p>Практические занятия</p>	1	
	<p>1. Тест на соответствие профессии менеджера по продажам 2. Психометрический тест на уверенность в себе.</p>		
<p>Тема 2. Организация взаимодействия с покупателями с учетом их психологических особенностей. Принципы личной продажи. Этапы процесса продаж. Подготовительный этап продажи.</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	1	
	<p>1. Процесс личной продажи. Этапы процесса продажи. Методики поиска и оценки покупателя. Подготовка продавца к встрече с клиентом. 2. Телефонные переговоры. Преимущества и недостатки телефонных переговоров. Отличия разговора с клиентом по телефону от личной беседы. 3. Постановка произношения и голоса. Основные моменты продажи по телефону. Техника проведения разговора: ведущий – ведомый, умение выслушать, эмоциональная подстройка и др. Цели разговора: клиента, компании, торгового агента.</p>		3
	<p>Практические занятия</p>	1	
	<p>1. Тест «Умелое распределение времени» 2. Тренинг. Работа с диктофоном. Произнести приветственную речь с разной интонацией. 3. Тренинг. Могут ли с тобой говорить по телефону в данный момент и как долго? Подготовить 5-7 фраз как это выяснить.</p>		
	<p>Самостоятельная работа</p>	6	

	<p>1. Тренинг. Какими словами мы здороваемся? Написать не менее 14 вариантов приветствия.</p> <p>Тренинг. Нарботать не менее 10 вариантов представления себя в разговоре по телефону.</p> <p>Тренинг. Написать не менее 7 вариантов словесных конструкций, с помощью которых мы можем узнать, с кем говорим по телефону.</p>		
<p>Тема 3. Психологические методы и приемы, обеспечивающие управление продажами на различных стадиях заключения сделки. Установление контакта продавца с покупателем</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	1	
	<p>1. Этапы в процессе развития отношений между торговым агентом и клиентом. Установление контакта через подобное поведение. Визуальное, аудиональное и кинестетическое каналы восприятия.</p> <p>2. Контакт через подобные цели, стратегии, способности. Контакт через подобные представления, оценки, убеждения.</p>		3
	<p>Практические занятия</p>	1	
	<p>1. Деловая игра «Установление контакта продавец - покупатель»</p>		
	<p>2. Тест «Аудиал, визуал, кинестетик, дискрет. Кто вы?»</p>		
<p>Тема 4 Основы психологии: типы покупателей. Индивидуальный подход к клиенту.</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	2	
	<p>1. Классификации типов покупателей (инициаторы, добряки, контролеры, аналитики). Концепция психотипов личностей К.Юнга в контексте практики продаж.</p> <p>2. Мыслительный и чувствующий типы покупателей. Воспринимающий и решающий типы покупателей. Социальные стили людей (водительский, аналитический, дружелюбный, экспрессивный).</p>		2
	<p>Практические занятия</p>	2	
	<p>1. Тест «Определение психотипа личности»</p> <p>2. Деловая игра «Купи - продай». Обсуждение ситуации.</p>		
<p>Тема 5 Анализ потребностей клиента</p>	<p>Содержание учебного материала</p>	1	
	<p>1. Функции вопросов. Техника постановки вопросов. Типы вопросов: закрытые вопросы (хвостатые),</p>		2

	открытые (наводящие, альтернативные, обоснованные, встречные, контрольные, вопросы – «Дикобразы», вопросы вовлечения), полуоткрытые.		
	2. Главные принципы вопросной техники.		2
	Практические занятия	1	
	Тест для менеджеров по продажам. Тест «Умение говорить и слушать»		
	Самостоятельная работа	4	
	Составить анализ потребностей клиента с помощью техники постановки вопросов.		
Тема 6 Презентация товара	Содержание учебного материала Практические занятия	2	
	1. Основные приемы презентации товара. Интересы, руководящие поступками клиентов при выборе товаров (получение прибыли, экономия времени, красота, удовольствие, комфорт, практичность, здоровье, престиж и др.). 2. Техники по С.Ребрику: «СВ», цифр и фактов, эмоциональность, «говорящие руки», сравнений и др. 3. Работа с группой клиентов. Сложности работы с группой клиентов. Правила приведения аргументов. 4. Тренинг «Нервозность и самообладание» 5. Тренинг «Стратегия взаимодействия»		
	Самостоятельная работа	2	
	Подготовить презентацию товара (на выбор).		
Тема 7 Преодоление возражений	Содержание учебного материала	2	

<p>клиента</p>	<p>1. Суть и значение возражений. Основные правила в преодолении возражений. Типы возражений. 2. Шесть типичных сопротивлений клиентов (изменениям, цене и расходам, предложению и решению, насыщению, эмоциональный характер, негативный опыт). Поведение продавца и ответы на возражения клиента.</p>		<p>2</p>
<p>Тема 8 Переговоры о цене. Завершающая стадия продажи.</p>	<p>Содержание учебного материала Практические занятия</p> <p>1. Главные принципы аргументации цены (польза продукта, цена, рациональность, дополнительная польза, преимущества, сравнение). 2. Стратегии поведения продавца при сопротивлении цене: разрушение представления о равенстве, переформулирование возражений). 3. Техники обоснования цены: способ оттягивания, способ бутерброда, способ сэндвича, сравнения, деления, умножения, обращение эмоционального характера, способ подведения итогов, согласительный способ, уступка за уступку и др. Поведение продавца при подведении переговоров о цене. 1. Ошибки продавца на завершающей стадии продажи. Признаки, по которым можно узнать о готовности клиента принять решение о покупке. Главные рекомендации при заключении сделки. 2. Способы завершения сделки купли-продажи: прямое завершение сделки, прием допущения, альтернативная сделка, предположительная сделка, завершение со сложностями, способ Б. Франклина. Успешное завершение сделки. 3. Поведение продавца после заключения сделки. Поведение продавца при сохранении сомнений и отказе клиента совершить сделку. Послепродажные отношения с клиентом.</p> <p>1. Деловая игра «Проведение переговоров»</p> <p>2. Тренинг по развитию коммуникативных способностей</p>	<p>2</p>	<p>3</p>

	Самостоятельная работа	6	
	1. Подготовить презентацию товара(на выбор студента) с применением программы PowerPoint.		
	Зачет		
	Итого	36	

Перечень самостоятельных работ студентов:

№	Кол-во часов	Перечень самостоятельных работ
1	6	1.Какими словами мы здороваемся? Написать не менее 14 вариантов приветствия. 2.Наработать не менее 10 вариантов представления себя в разговоре по телефону. 3.Написать не менее 7 вариантов словесных конструкций, с помощью которых мы можем узнать, с кем говорим по телефону.
2	4	Составить анализ потребностей клиента с помощью техники постановки вопросов.
3	2	Подготовить презентацию товара (на выбор).
4	6	Подготовить презентацию товара (на выбор студента) с применением программы PowerPoint.
	18	всего

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- раздаточный материал: нормативные документы в области брендинга товаров и услуг, практикумы.
- технические средства обучения: компьютер и мультимедийный проектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы:

Основная литература:

1. Пиз А. Искусство продавать. Самые эффективные приемы и техники / Аллан Пиз; пер. с англ. Татьяны О. Новиковой. – М.: ЭКСМО, 2016. – 144 с.
2. Мэттсон, Д. Психология успешных продаж. Руководство для эффективных продавцов / Дэвид Мэттсон ; пер. с англ. Павла Миронова. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. — 200 с.
3. Ребрик С. Тренинг профессиональных продаж. – М.: Эксмо, 2017. – 232с.

Дополнительная литература:

1. Нил Рекхэм «Спин-продажи»
2. Гарри Беквит «Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг»
3. Максим Батырев (Комбат) «45 татуировок продавца. Правила для тех, кто продаёт и управляет продажами»
4. Марк Гоулстон «Я слышу вас насквозь. Эффективная техника переговоров»
5. Роджер Фишер, Уильям Юри, Брюс Паттон «Переговоры без поражения. Гарвардский метод»
6. Гарри Дж. Фридман «Нет, спасибо, я просто смотрю»
7. Джо Джирард, Стенли Х. Браун, Саймон Дж. Браун «Как продать что угодно кому угодно»
8. Роберт Чалдини «Психология согласия. Революционная методика пре-убеждения»
9. Жигилий Евгений «Мастер звонка. Как объяснять, убеждать, продавать по телефону»
10. Дэн Кеннеди «Жесткие продажи. Заставьте людей покупать при любых обстоятельствах»
11. Бакшт Константин «Построение отдела продаж. С "нуля" до максимальных результатов»
12. Грант Кардон «Продай или продадут тебе»
13. Джейми Рейди «Как я продавал виагру»

Интернет –источники:

1. <http://www.phoenixrostov.ru/>-электронный учебник «Коммерческая деятельность»;
2. <http://www.tokarev.nnov.ru/mc-ma.htm/>- электронный журнал по коммерции;
3. <http://www.rayter.com/Links.htm>- журнал «Бизнес и предпринимательство»;
4. <http://dic.academic.ru/>- словарь бизнес терминов по коммерции;

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>умения</i>	
Разрабатывать и обеспечивать реализацию мероприятий по организации и созданию сети сбыта товаров (разработка и построение каналов движения товаров к потребителям; построение отношений с оптовыми и розничными торговыми предприятиями, иными посредниками; развитие дилерских отношений).	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.
Организовать преддоговорную работу (выбор вида договоров: дистрибьюторский, купли-продажи, пр.; определение способов и форм исполнения обязательств, разработка преддоговорной документации, согласование разногласий, анализ документации покупателей, пр.) и заключать договоры (купли-продажи, поставки, пр.).	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.
Создавать и обеспечивать постоянное обновление информационных баз о покупателях (организационно-правовые формы, адреса, реквизиты, номера телефонов, фамилии руководителей и ведущих специалистов, финансовое состояние, объемы закупок, объемы продаж, своевременность и полнота исполнения обязательств, др.).	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.
Анализировать объемы продаж и подготавливает отчеты по результатам анализа для представления вышестоящему должностному лицу.	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.
Осуществлять поиск покупателя: - поиск контакта с потенциальным покупателем (работа со справочниками, адресными книгами, визиты, телефонные звонки); - привлечение внимания потенциальных покупателей; - организация рекламы, презентаций; - участие в выставках и т.п.	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.
Вести переговоры с покупателем по: - организации встреч с потенциальным	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за

<p>клиентом; - созданию благоприятного эмоционального фона делового общения; - выслушивает клиента, получает информацию о его потребностях;</p>	<p>деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.</p>
<p>На основании этой информации, а также сведений о товаре и его возможностях, условиях его продажи и послепродажного обслуживания, формировать торговое предложение клиенту. Обсудить торговое предложение, ответить на вопросы и возражения клиента, вести поиск взаимовыгодных вариантов сделки.</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.</p>
<p>Заключать сделку. Организовать выполнение торгового заказа и контроль за соблюдением сроков и условий. Создать предпосылки (деловые и психологические) для дальнейшего сотрудничества. Аналитическая деятельность специалисту по продажам необходима для успешной работы (подготовительный этап процесса продажи): изучению свойств продаваемых товаров, сравнение их с конкурентными товарами; изучению потребностей, личностных особенностей клиентов, ведение базы клиентов; изучению документов, отражающих динамику продаж. Составлять отчеты.</p>	
<p>знания</p>	
<p>нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и нормативные документы, регулирующие организацию сбыта и продажи товаров, оказания услуг;</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.</p>
<p>основы финансового, хозяйственного, налогового и трудового законодательства;</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.</p>
<p>прогрессивные формы и методы торговли и сбыта; перспективы развития и потребности отрасли, предприятий, учреждений,</p>	<p>Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной</p>

являющихся потенциальными покупателями (заказчиками) производимой продукции и оказываемых услуг;	работе.
порядок заключения договоров купли-продажи и оформления необходимых документов; условия заключения коммерческих сделок и методы доведения товаров (услуг) до потребителей; действующие ценники и прейскуранты;	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.
конъюнктуру внутреннего и внешнего рынка; ассортимент, номенклатуру и типоразмер товаров, правила расшифровки кодов, артикулов и маркировки; требования стандартов и технических условий, предъявляемых к качеству товаров (услуг), основные их свойства, качественные и потребительские характеристики;	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе.
адреса потенциальных покупателей (заказчиков); передовой отечественный и зарубежный опыт организации сбыта товаров и обслуживания населения;	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе
основы психологии, экономики и организации труда;	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе
правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.	Текущий контроль: оценка результатов формализованного наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе практических занятий, в самостоятельной работе
	Итоговый контроль: Зачет