

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Гриб Владислав Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.07.2026 16:20:26

Уникальный программный ключ:

637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



Образовательное частное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДИПЛОМАТИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор Международного
дипломатического колледжа

Н.И. Платонова

«16» февраля 2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ
РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

Специальность

38.02.08 Торговое дело

Квалификация выпускника:

Специалист торгового дела

на базе среднего общего образования

Форма обучения: очная

Москва

Рабочая программа дисциплины «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами». Специальность 38.02.08 Торговое дело /– М.: ИМПЭ им. А. С. Грибоедова. – 36с.

Рабочая программа учебного предмета составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Минпросвещения России от 19.07.2023г. №548 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело», с учетом общеобразовательной программы среднего общего образования по предмету «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами».

Организация-разработчик:	Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А. С. Грибоедова»
--------------------------	---

Ответственный рецензент:	Е.Ю. Легчилина, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Менеджмент, маркетинг и коммерция» Омского государственного университета путей сообщения (ОмГУПС)
--------------------------	---

Образовательная программа подготовки специалистов среднего звена рассмотрена и одобрена на заседании Международного дипломатического колледжа «16» февраля 2026 г., протокол №6

Директор Международного
дипломатического колледжа _____/Н.И. Платонова

Согласовано от Библиотеки _____/О. Е. Стёпкина

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3 н.1.	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4 ПК 3.5 ПК 3.6 ПК 3.7 ПК 3.8	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров; Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж; Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; – поиска и выявления потенциальных клиентов; – формирования и актуализации клиентской базы; – проведения мониторинга деятельности конкурентов; – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров; – использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи; – сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; – мониторинг и контроль выполнения условий договоров; – анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; – выполнения запланированных показателей по объему продаж; – разработки программ по повышению лояльности клиентов; – разработки мероприятий по стимулированию продаж; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – контроля состояния товарных запасов; – анализа выполнения плана продаж; – информационно-справочного консультирования клиентов; – контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; – обеспечения соблюдения стандартов организации.
Уметь	– работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; – вести и актуализировать базу данных клиентов; – формировать отчетную документацию по клиентской базе; – анализировать деятельность конкурентов; – определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; – планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; – вести реестр реквизитов клиентов; – использовать программные продукты; – планировать объемы собственных продаж;

	– устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; – использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; – формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; – планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки; – суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; – фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; – обеспечивать конфиденциальность полученной информации; – анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий; – оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; – подготавливать документацию для формирования заказа; – осуществлять мероприятия по размещению заказа; – следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; – принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; – осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; – оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; – осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; – организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; – соблюдать конфиденциальность информации; – предоставлять клиенту достоверную информацию; – корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; – соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; – обеспечивать баланс интересов клиента и организации; – обеспечивать соблюдение требований охраны; – разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; – собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; – планировать работу по выполнению плана продаж; – анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; – анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения
--	--

	плана продаж; – анализировать возможности увеличения объемов продаж; – планировать и контролировать поступление денежных средств; – обеспечивать наличие демонстрационной продукции; – применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; – планировать рабочее время для выполнения плана продаж; – планировать объемы собственных продаж; – оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; – разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; – разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; – анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров; – анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники; – анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов; – вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; – вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов; – анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; – обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; – анализировать оборачиваемость складских остатков; – составлять отчетную документацию по продажам; – разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; – инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; – инициативно вести диалог с клиентом; – резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; – определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; – разрабатывать рекомендации для клиента; – собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; – проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; – вести деловую переписку с клиентами и партнерами; – использовать программные продукты.
--	---

Знать	– методики выявления потребностей клиентов; – методики выявления потребностей; – технику продаж; – методики проведения презентаций; – потребительские свойства товаров; – требования и стандарты производителя; – принципы и порядок ведения претензионной работы; – ассортимент товаров; – стандарты организации; – стандарты менеджмента качества; – гарантийную политику организации; – специализированные программные продукты; – методики позиционирования продукции организации на рынке; – методы сегментирования рынка; – методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции; – инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; – Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; – Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; – Основы организации послепродажного обслуживания.
-------	---

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Структура профессионального модуля очной формы обучения

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.							
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация
			Обучение по МДК			Практики				
			Всего	В том числе						
	Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)		Учебная	Производственная					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 3.4.; ПК 3.5.; ПК 3.6.; ПК 3.7.; ПК 3.8.	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	358	280	180				70	6	8
	Учебная практика	36				36				
	Производственная практика	108					108			
	Экзамен по модулю	12								12
Всего:		514	280	180		36	108	70	6	20

2.2 Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов очной формы
1	2	3
МДК.03.01 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		358
Модуль1 Формирование клиентской базы		36
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. Пути формирования клиентской базы Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	10
	В том числе практических занятий Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации Решение ситуационных задач на тему: Клиентоориентированность компании. Решение ситуационных задач на тему: Методы удержания клиентов. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. Решение ситуационных задач на тему: Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Решение ситуационных задач на тему: Пути формирования клиентской базы. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка	18

	предложений по ее совершенствованию на основе принципов	
	клиентоориентированности. Основные критерии выбора CRM-системы. Решение ситуационных задач на тему: Концепции управления взаимоотношениями с клиентами	
	Самостоятельная работа: Подготовка рефератов, докладов, презентаций на тему: Формирование клиентской базы. Выполнение индивидуальных заданий	8
Модуль 2. Организация и осуществление преддоговорной работы		36
Тема 2.1. Организация и осуществление преддоговорной работы	Содержание Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like» Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	10

	В том числе практических занятий Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. Решение ситуационных задач на тему: Методики выявления потребностей клиентов Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. Решение ситуационных задач на тему: Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий Решение ситуационных задач на тему: Установление контактов с поставщиками и клиентами с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Решение ситуационных задач на тему: Организация и правила проведения	18
	переговоров Решение ситуационных задач на тему: Подготовка и направление коммерческих предложений. Решение ситуационных задач на тему: Организация и правила проведения переговоров. Решение ситуационных задач на тему: Холодные продажи.	
	Самостоятельная работа: Подготовка рефератов, докладов, презентаций на тему. Выполнение индивидуальных заданий	8
Модуль 3 Организация и осуществление предпродажной работы		36

Тема 3.1. Организация и осуществление предпродажной работы	Содержание Личная эффективность продавца. Качества, обеспечивающие успешность профессиональной деятельности продавца. Имидж продавца. Качества, препятствующие эффективности профессиональной деятельности продавца. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы. Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	10
	В том числе практических занятий «Определение личностных и деловых качеств, обеспечивающих успешность профессиональной деятельности» Решение ситуационных задач на тему: Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, Решение ситуационных задач на тему: Методика построения планограммы. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	18
	Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	
	Самостоятельная работа Изучение темы: Современные подходы к планировочным решениям магазина: (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Конспект выполненного задания в тетради.	4
Модуль 4 Организация и осуществление продажи потребительских товаров		36

Тема 4.1 Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	10
	В том числе практических занятий Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи Решение ситуационных задач на тему: Техники продаж Решение ситуационных задач на тему: Характеристика этапов продаж. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей Решение ситуационных задач на тему: Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях Решение ситуационных задач на тему: Технологии продаж потребительских товаров в интернет-магазинах Работа с возражениями в процессе продажи товаров Решение ситуационных задач на тему: Технологии продаж потребительских товаров на маркетплейсах Решение ситуационных задач на тему: Техника закрытия сделок	18
	Самостоятельная работа:	8
	Изучение темы: Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок: (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Конспект выполненного задания в тетради.	
Модуль 5. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации		36
Тема 5.1. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе	Содержание Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	10

оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	В том числе практических занятий Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации Решение ситуационных задач на тему: Стандарты менеджмента качества Решение ситуационных задач на тему: Стандарты работы розничного магазина Продажа дополнительных услуг торгового предприятия Разбор кейсовых задач Оказание содействия клиентам в процессе продажи Решение ситуационных задач на тему: Схема работы с претензиями Урегулирование спорных вопросов, претензий	18
	Самостоятельная работа Изучение темы: Схема работы с претензиями: (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Конспект выполненного задания в тетради.	8
Модуль 6. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж		36
Тема 6.1. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж	Содержание Позиционирование продукции организации на рынке Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	10
	В том числе практических занятий Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж. Решение ситуационных задач на тему: Позиционирование продукции организации. Решение ситуационных задач на тему: Критерии сегментации. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж.	18
	Оценка рыночных возможностей с использованием SWOT-анализ, матрицы Ансоффа. ИОТ Формирование комплекса маркетинга для конкретного предприятия (по выбору обучающегося). Решение ситуационных задач по теме: «Сегментирование рынка определённого товара на основе экономического, географического и демографического критерия». ИОТ Круглый стол «Стратегические подходы к позиционированию товаров».	
	Самостоятельная работа Изучение темы: Методы сегментирования рынка: (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Конспект выполненного задания в тетради.	8
Модуль 7. Стимулирования продаж		36

Тема 7.1 Стимулирование продаж	Содержание Методы стимулирования продаж Ценовые методы стимулирования продаж: лучшая цена, прямая скидка, срочная распродажа, 2 по цене 1, скидка на комплект, кешбэк. Неценовые методы стимулирования продаж: тестовый образец, розыгрыши и конкурсы, купоны и промокоды, дополнительные услуги, реферальные программы, программы лояльности. Средства стимулирования сбыта для торговых посредников	10
	В том числе практических занятий Решение ситуационных задач по теме: Ценовые методы стимулирования продаж Решение ситуационных задач по теме: Ценовые методы стимулирования продаж Решение ситуационных задач по теме: Неценовые методы стимулирования продаж: Решение ситуационных задач по теме: Неценовые методы стимулирования продаж: Решение ситуационных задач по теме: Средства стимулирования сбыта для торговых посредников Решение ситуационных задач по теме: Кросс-продажи Решение ситуационных задач по теме: Создание системы мотивации покупателей в рознице Решение ситуационных задач по теме: Психологические способы стимуляции сбыта	18
	Решение ситуационных задач по теме: Стимулирование сбыта в интернет-магазине	
	Самостоятельная работа Изучение темы: Неценовые методы стимулирования продаж (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Конспект выполненного задания в тетради.	8
Модуль 8. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж		36
Тема 8.1. Организация контроля продаж.	Содержание Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	10

Оценка эффективности продаж	В том числе практических занятий Составление отчетной документации по продажам ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC) Решение ситуационных задач по теме: Внутренний контроль продаж. Решение ситуационных задач по теме: Внешний контроль продаж. Решение ситуационных задач по теме: Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Решение ситуационных задач по теме: Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж Решение ситуационных задач по теме: Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж Решение ситуационных задач по теме: Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	18
	Самостоятельная работа Изучение темы: Оценка эффективности продаж (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Конспект выполненного задания в тетради.	8
Модуль 9. Анализ и контроль состояния товарных запасов		36
Тема 9.1. Анализ и контроль состояния товарных запасов	Содержание Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	10
	В том числе практических и лабораторных занятий Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	20
	Составление схемы классификация товарных запасов Решение ситуационных задач по теме: Виды товарных запасов Решение ситуационных задач по теме: Оптимизация товарных запасов Работа с нормативно-технической документацией. Решение ситуационных задач по теме: Расчет и анализ товарных запасов и оборачиваемости Документальное оформление поступления продуктов от поставщиков на склад и отпуск их на производство. Решение ситуационных задач по теме: Размещение продовольственных товаров на хранение в складских помещениях» Решение ситуационных задач по теме: Контроль состояния товарных запасов	

	Самостоятельная работа Изучение темы: Анализ и контроль состояния товарных запасов (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Конспект выполненного задания в тетради	6
Модуль 10 Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов		34
Тема 10.1. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов Направления постпродажного обслуживания. Контроль качества предоставляемых услуг Разработка стратегии постпродажного обслуживания Клиентский сервис	4
	В том числе практических занятий Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. Решение ситуационных задач по теме: Направления постпродажного обслуживания: Решение ситуационных задач по теме: Контроль качества предоставляемых услуг Решение ситуационных задач по теме: Разработка стратегии постпродажного обслуживания Разработка плана послепродажного обслуживания клиента. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг	16
	розничного торгового предприятия» Решение ситуационных задач по теме: Клиентский сервис Практическое занятие Решение ситуационных задач по теме	
	Самостоятельная работа Изучение темы: Организация послепродажного обслуживания (по лекциям, избранным интернет-ресурсам, статьям в СМИ). Конспект выполненного задания в тетради	4
Консультации		6
Промежуточная аттестация в форме экзамена		8

Учебная практика Виды работ Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. Разработка схемы классификация товарных запасов. Составление отчетной документации по продажам. Выбор критериев сегментации для исследуемого рынка Изучение схемы работы с претензиями. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров.	36
Производственная практика Виды работ Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. Оформление витрин и выставок. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания Сбор исходной информации для выполнения дипломной работы (проекта)	108
Экзамен по модулю	12
Всего	514

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная учебная литература

1. Памбухчиянц, О. В. Организация и технология розничной торговли : учебник / О. В. Памбухчиянц. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2024. — 148 с. — ISBN 978-5-394-05631-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144173.html>
2. Пахомова, Н. Г. Организация и технология розничной торговли : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 63 с. — ISBN 978-5-00175-117-5, 978-5-4488-1517-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121368.html>
3. Дашков, Л. П. Коммерческая деятельность : учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, Н. Ф. Солдатова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 212 с. — ISBN 978-5-394-04840-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120716.html>

Дополнительная учебная литература

1. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли : учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 13-е изд. — Москва : Дашков и К, 2022. — 348 с. — ISBN 978-5-394-04947-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/120810.html>
2. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119290.html>

Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы среднего профессионального образования

3.1. Колледж располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой среднего профессионального образования, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

В Колледже имеются специализированные аудитории для проведения занятий по информационным технологиям.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Колледжа.

Электронная информационно-образовательная среда Колледжа включает:

1. Официальный сайт (<https://www.iile.ru/>)
2. Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)
3. Программы для ЭВМ. Система дистанционного обучения «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>

4. Программа для ЭВМ. Виртуальная комната «Mirapolis» - Лицензионный договор №107/06/24-к от 27.06.2024 (Спецификация к Лицензионному договору №107/06/24-к от 27.06.2024, срок действия с 02.07.2025 по 01.07.2026 г.) <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/>

5. Система тестирования INDIGO лицензионное соглашение (Договор от 07.11.2018 г. №Д-54792, дополнительное соглашение № Д-5479/6 о пролонгации договора до 01.06.2026г.) <http://212.48.35.211:85/>

3.2. Колледж обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Операционная система «Атлант» - Atlant Academ от 24.01.2024 г. (бессрочно)
2. Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Расширенный Russian Edition договор-оферта № Tr000941765 от 16.10.2025 г.

3.3. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости, но не реже одного раз в год.

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - Договор №МИ-ВИП-79717-56/2022 (бессрочно)
2. Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2024 г. №11652/24С (срок действия до 31.08.2027 г.) <https://www.iprbookshop.ru/>
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2026 от 30.01.2026 г. (срок действия до 29.01.2027г.) <https://elibrary.ru>

3.4. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

3. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений; Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.
ПК 3.2	Разрабатывает алгоритм установления контактов;	

	Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; Информирует клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости; Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей; Применяет приемы работы с возражениями клиента; Выбирает и обосновывает методы завершения сделки; Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.	Экспертная оценка контрольных/проверочных работ. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.
ПК 3.3	Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; Суммирует выгоды и предлагает план действий клиенту; Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
ПК 3.4	Планирует объемы собственных продаж; Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; Анализирует выполнения плана продаж.	
ПК 3.5	Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	Экспертная оценка создания и представления презентаций Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке
ПК 3.6	Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	
ПК 3.7	Проводит анализ эффективности управления	
	портфелем клиентов на основе исходных данных; Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.	Российской Федерации и иностранных языках. Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях,
ПК 3.8	Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	

ОК 01	Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	при выполнении работ по учебной практике. Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в
ОК 02	Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе. Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: На практических занятиях при выполнении работ на различных этапах
ОК 04	Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.	производственной практики; при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного
ОК 05	Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.	экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 09	Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;	
	Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; Кратко обосновывает и объясняет свои действия; Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

МДК.03.01. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.
2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.
3. Пути формирования клиентской базы
4. Рынок информационных систем управления клиентской базой.
5. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).
6. Основные критерии выбора CRM-системы.
7. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России
8. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий
9. Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»
10. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч.
11. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров
12. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.
13. Личная эффективность продавца. Качества, обеспечивающие успешность профессиональной деятельности продавца. Имидж продавца.
14. Качества, препятствующие эффективности профессиональной деятельности продавца
15. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине
16. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы
17. Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров.
18. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.
19. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.
20. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах
21. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок
22. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров
23. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования.
24. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина
25. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию

26. Позиционирование продукции организации на рынке
27. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.
28. Методы стимулирования продаж
29. Ценовые методы стимулирования продаж: лучшая цена, прямая скидка, срочная распродажа, 2 по цене 1, скидка на комплект, кешбэк.
30. Неценовые методы стимулирования продаж: тестовый образец, розыгрыши и конкурсы, купоны и промокоды, дополнительные услуги, реферальные программы, программы лояльности.
31. Средства стимулирования сбыта для торговых посредников
32. Внутренний и внешний контроль продаж.
33. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах
34. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль
35. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов
36. Направления постпродажного обслуживания.
37. Контроль качества предоставляемых услуг
38. Разработка стратегии постпродажного обслуживания Клиентский сервис

Вопросы для выполнения самостоятельной работы

1. Алгоритм построения системы реагирования на жалобы.
2. Анализ взаимоотношений с поставщиками: основные экономические параметры взаимодействия.
3. Анализ прибыльности покупателей.
4. Анализ процесса развития взаимоотношений и ключевых факторов взаимодействия.
5. Анализ структуры взаимоотношений и вовлеченных сторон.
6. Взаимозависимость и адаптация ресурсов в сети
7. Доверие и приверженность взаимоотношениям.
8. Издержки привлечения и удержания потребителя. Создание ценности для потребителя.
9. Измерители взаимоотношений с потребителями.
10. Инструментарий маркетинга взаимоотношений
11. Маркетинг взаимоотношений: узкие и широкие трактовки
12. Маркетинг партнерских взаимоотношений: основные отличительные особенности от классического маркетинга
13. Маркетинг XXI века – детерминанты управленческой модели будущего
14. Новые виды деятельности и квалификации маркетинга партнерских отношений
15. Организация маркетинга взаимоотношений
16. Основные направления анализа взаимоотношений с потребителем на промышленных рынках.
17. Основные типы взаимоотношений и способы их координации
18. особенности проведения маркетинга отношений в сетевой экономике.
19. особенности управления отношениями «служащий – клиент».
20. понятие и принципы маркетинга отношений.
21. Портфельный анализ взаимоотношений с потребителями. Издержки взаимоотношений с потребителем и их оценка.
22. Построение взаимоотношений в сетях дистрибуции: содержание программ партнерства
23. Построение организации, ориентированной на управление проектами и координацию отношений

- 24. Потребительская ценность жизненного цикла (lifetime value).
- 25. Практическая реализация стратегий развития сети

Тестовые задания

1. Укажите, к каким видам площадей относится кафетерий для обслуживания покупателей
 - А. к торговым
 - Б. к административно-бытовым
 - В. к подсобным
 - Г. к техническим
2. Укажите документы, регламентирующие условия хранения товаров
 - А Закон РФ «О защите прав потребителей» Б. соответствующие стандарты
 - В. постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. №55 «Об утверждении правил продаж отдельных видов товаров ...»
 - Г. соответствующие спецификации
3. Назовите методы продажи товаров
 - А. магазинные, внемагазинные Б. по заказам
 - В. самообслуживание, через прилавок, по образцам Г. основные и дополнительные
4. Деятельность по организации розничной торговли называют (выберите ответ)
 - А. торговле Б. покупкой
 - В. ритейлингом
 - Г. технологическим процессом
5. Магазинная карта, дающая ее держателю право на получение торговой скидки при совершении каждой покупки в определенном магазине или сети магазинов.
 - А. карта кредитная
 - Б. карта дисконтная
 - В. карта микропроцессорная
 - Г. карта расчетная (предоплатная)
6. Период, в течение которого в случае обнаружения в товаре недостатка изготовитель (продавец) обязан удовлетворить предусмотренные законом требования потребителя (о замене, ремонте товара и т. п.)
 - А. гарантийный срок
 - Б. срок службы
 - В. срок реализации
 - Г. срок годности
7. Приемка скоропортящихся товаров по качеству от иногородних поставщиков производится не позднее после поступления товаров на склад
 - А. 48 часов
 - Б. 3 дней
 - В. 24 часов
 - Г. 10 дней
8. При приемке товаров при обнаружении недоброкачественных или некомплектных товаров следует
 - А. приостановить приемку и составить односторонний акт
 - Б. вернуть товар поставщику как недоукомплектованный, недоброкачественный

- В. товар принять на хранение до приезда представителя поставщика
- Г. предъявить претензию поставщику за поставку ненадлежащей продукции

9. Важнейшим принципом организации складского технологического процесса является

- А. уменьшение затрат на перемещение грузов
- Б. сокращение длительности выполнения отдельных операций
- В. создание удобной укладки и размещения товаров
- Г. планомерность и ритмичность

10. Функцией товарных складов является

- А. образование и хранение запасов товаров, полученных от поставщиков
- Б. заключение договоров с поставщиками
- В. формирование ассортимента товаров
- Г. изучение и выбор поставщиков

11. Склады с площадью до 500 м²

- А. мелкие
- Б. средние
- В. крупные
- Г. мега крупные

12. Совокупность средств производства, выступающих в форме реальных активов торговых предприятий, обеспечивающих процессы купли-продажи и товародвижения.

- А. оборотные фонды
- Б. основные фонды
- В. торговое оборудование
- Г. материально-техническая база торговли

13. Точка продаж в терминологии мерчандайзинга - это...

- А. центр торгового зала
- Б. касса, где покупатель фактически совершает покупку
- В. торговое учреждение в целом
- Г. место, где покупатель видит товар

14. На нижних полках без ущерба для продаж можно располагать товары

- А. непрестижных марок
- Б. осознанного постоянного спроса
- В. с коротким сроком реализации
- Г. в некрасивых упаковках

15. Мерчендайзер - это

- А. работник торгового зала, выкладывающий товар в разных отделах по распоряжению директора магазина
- Б. представитель компании, осуществляющий выкладку товара в Торговой Точке (ТТ), согласно плануграмме
- В. продавец в магазине, выкладывающий товар
- Г. рекламный агент

Таблица с правильными ответами

Номер	Ответ	Номер	Ответ	Номер	Ответ
1	А	6	А	11	А
2	Б	7	Б	12	Г
3	В	8	А	13	Г
4	В	9	Б	14	Б
5	Б	10	А	15	Б

Шкала оценивания тестовых заданий

Данный вид контроля, рассчитан на выявление уровня усвоения теоретического и практического материала в рамках изучения дисциплин.

Критерии оценивания теста: 1 вопрос=1 балл.

Оценка «5»	23-30 Баллов
Оценка «4»	20-22 Баллов
Оценка «3»	18-19 Баллов
Оценка «2»	0-17 Баллов

**ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Методические рекомендации при подготовке к теоретическим занятиям

Основными видами аудиторной работы обучающихся являются лекции.

В ходе теоретических занятий преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации и указания на самостоятельную работу.

В ходе теоретических занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Контроль ведения конспекта лекций

1. Конспект лекций обучающегося должен вестись в отдельной тетради с количеством страниц, рекомендованном ведущим лектором. На обороте титульного листа тетрадь с конспектом лекций должна содержать подписи:

- фамилия и инициалы обучающегося;
- номер группы;
- ФИО ведущих учебный предмет преподавателей.

2. В начале каждой лекции обучающийся должен записать тему и перечень рассматриваемых вопросов, а также перечень рекомендуемой литературы (при условии, что они оговариваются лектором).

3. При записи содержания лекции следует применять минимум сокращений, желательно общеупотребимых. Обучающимся может быть разработана своя система сокращений, с выносом ее в конце конспекта для пояснения.

4. Табличный, графический, цифровой материал должен быть точно перенесен в конспект с доски (проектора) без искажений динамики зависимостей и обозначений формул, а также значений результатов расчетов.

5. Тетрадь с конспектом должна содержать полный объем прочитанного материала лекций по их количеству и полноте изложения, включая материал для самостоятельного изучения и конспектирования.

Записи должны быть сделаны аккуратным почерком, разборчиво.

Методические рекомендации при проведении практических занятий

Практические занятия необходимы для закрепления изученного теоретического материала, контроля преподавателем степени подготовленности обучающихся по изучаемым учебным предметом, дисциплине или профессиональному модулю.

Перед практическим занятием следует изучить конспект лекции и рекомендованную преподавателем литературу, обращая внимание на практическое применение теории и на методику решения типовых задач. Логическая связь теоретических и практических занятий заключается в том, что информация, полученная на теоретических занятиях, в процессе самостоятельной работы на практическом занятии осмысливается и перерабатывается, при помощи преподавателя анализируется, после чего усваивается.

Методические рекомендации обучающимся для самостоятельной работы

Самостоятельная работа - это планируемая работа обучающихся, выполняемая по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного

участия.

Самостоятельная работа выполняет ряд функций, среди которых особенно выделяются:

- ✓ развивающая (повышение культуры умственного труда, приобщение к творческим видам деятельности, обогащение интеллектуальных способностей, обучающихся);
- ✓ ориентирующая и стимулирующая (процессу обучения придается ускорение и мотивация);
- ✓ воспитательная (формируются и развиваются профессиональные качества специалиста);
- ✓ исследовательская (новый уровень профессионально-творческого мышления);
- ✓ информационно-обучающая (учебная деятельность обучающихся на аудиторных занятиях).

Целью самостоятельных занятий является самостоятельное более глубокое изучение обучающимися отдельных вопросов курса с использованием рекомендуемой дополнительной литературы и других информационных источников.

Задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- ✓ систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений, обучающихся;
- ✓ углубление и расширение теоретических знаний;
- ✓ формирование умения использовать справочную литературу;
- ✓ развитие познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

Внеаудиторная самостоятельная работа включает такие формы работы, как:

Индивидуальные занятия (домашние занятия):

- ✓ изучение программного материала дисциплины (работа с учебником и конспектом лекции);
- ✓ изучение рекомендуемых литературных источников;
- ✓ конспектирование источников;
- ✓ выполнение контрольных работ;
- ✓ работа со словарями и справочниками;
- ✓ использование аудио- и видеозаписи;
- ✓ работа с электронными информационными ресурсами и ресурсами Internet;
- ✓ составление плана и тезисов ответа на лекции;
- ✓ составление схем, таблиц, для систематизации учебного материала;
- ✓ выполнение тестовых заданий;
- ✓ решение задач;
- ✓ подготовка презентаций;
- ✓ ответы на контрольные вопросы;
- ✓ аннотирование, реферирование, рецензирование текста;
- ✓ написание эссе, тезисов, докладов, рефератов;
- ✓ составление глоссария, кроссворда по темам дисциплины;
- ✓ работа с компьютерными программами;
- ✓ подготовка к дифференцированному зачету.

Групповая самостоятельная работа обучающихся:

- ✓ подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, деловые игры);
- ✓ анализ деловых ситуаций (мини-кейсов) и др;
- ✓ участие в Интернет - конференциях.

Получение консультаций для разъяснений по вопросам изучаемого учебного предмета.

Но наиболее часто при изучении учебного предмета используются следующие виды самостоятельной работы обучающихся:

- ✓ поиск (подбор) литературы (в том числе электронных источников информации) по заданной теме;
- ✓ подготовка рефератов;
- ✓ подготовка докладов.

Реферат - форма письменной работы. Как правило, реферат является самостоятельным библиографическим исследованием обучающегося, носящим описательно-аналитический характер. Объем реферата может достигать 10-15 страниц. Подготовка реферата подразумевает самостоятельное изучение обучающимся нескольких литературных источников (монографий, научных статей и т.д.) по теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение. Цель написания реферата - привитие навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

Работа обучающегося над рефератом включает следующие операции:

- ✓ уяснение сути темы (по её названию);
- ✓ выявление литературных источников по данной теме;
- ✓ ознакомление с содержанием источников, направленным на осмысление его внешней и внутренней структуры;
- ✓ работа над выделением главных смысловых компонентов текста (ключевых слов и предложений);
- ✓ отбор наиболее важных сведений из выделенных фрагментов;
- ✓ составление «связок» из отобранного материала в соответствии с логикой изложения фактов;
- ✓ написание реферата.
- ✓ Реферат в структурном отношении должен включать:
- ✓ заголовочную часть (введение);
- ✓ собственно, реферативную часть (изложение основных положений по плану с соответствующими названиями и нумерацией);
- ✓ заключительную часть (выводы);
- ✓ справочную часть (список использованной литературы);
- ✓ оглавление (содержание).

Текст реферата должен иметь связанное, цельное построение. Содержание реферата должна пронизывать главная идея, которая объединяет все информационные элементы источников, а также приводимые факты. При этом допускается сохранение отдельных структурных элементов оригинала. Однако не допустимо простое переписывание положения литературных источников. Язык должен быть кратким, ясным, доступным.

Оформление реферата должно быть выполнено машинописным способом в соответствии со следующими требованиями: **печатный шрифт** – Times New Roman, кегль (размер) 14; **листы бумаги** – формата А4, все страницы должны быть пронумерованы, с размером полей по 2 см; **междустрочный интервал** – полуторный; **абзац** – с отступом первой строки 1,25 см; **текст** – должен быть **выровнен по ширине** и **структурирован** по главам (разделам, параграфам), сопровождаться ссылками на источники при использовании прямых (в кавычках) цитат и фрагментов опубликованных текстов, т.е. на такое использование источников должно быть явным образом указано в сносках или за текстовым списком литературы в соответствии с требованиями ГОСТа.

Реферат оценивается исходя из следующих критериев:

- ✓ поставлена ли цель в работе;
- ✓ сумел ли обучающийся самостоятельно составить логический план к теме и

реализовать его;

- ✓ каков научный уровень реферата;
- ✓ собран ли достаточный фактический материал;
- ✓ удалось ли раскрыть тему;
- ✓ показана ли связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со специальностью обучающегося;
- ✓ каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала, в составлении заключения;
- ✓ достигнута ли цель работы.

Тематика рефератов приводится в рамках тем лекционных занятий. Возможно написание реферата по теме, предложенной самим обучающимся (по согласованию с преподавателем). Реферат на занятиях (научно-практических конференциях) может быть представлен в виде доклада.

Реферат должен быть выполнен за один месяц до начала экзаменационной сессии. Обучающиеся, не представившие в установленный срок реферат, либо получившие оценку «неудовлетворительно», к сдаче экзамена не допускаются.

Углубленному изучению материала по отдельным разделам учебного предмета способствует подготовка обучающимися докладов. Доклад - это самостоятельная работа, анализирующая и обобщающая публикации по заданной тематике, предполагающая выработку и обоснование собственной позиции автора в отношении рассматриваемых вопросов. Подготовка доклада - достаточно кропотливый труд. Его написанию предшествует изучение широкого круга экономических первоисточников, монографий, статей, обобщение личных наблюдений. Работа над докладом способствует развитию самостоятельного, творческого мышления, учит применять экономические знания на практике при анализе актуальных социальных и правовых проблем. Рекомендуемое время доклада - 10-12 минут.

Непременным условием закрепления теоретических и практических знаний, обучающихся является выполнение ими домашних заданий. Одним из основных видов деятельности обучающегося является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на групповых занятиях, выполнение заданий преподавателя.

Методические рекомендации обучающимся по изучению рекомендованной литературы

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемого учебного предмета. По каждой теме учебного предмета обучающимся предлагается перечень заданий для самостоятельной работы.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Обучающимся следует:

- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на консультациях неясные вопросы;
- при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы учебного предмета, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации обучающиеся могут воспользоваться электронной библиотекой ВУЗа, расположенной по электронному адресу <https://www.iprbookshop.ru/>, где они имеют возможность

получить доступ к учебно-методическим материалам как библиотеки ВУЗа, так и иных электронных библиотечных систем. В свою очередь, обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе в библиотеке, а также воспользоваться читальным залом.

Методические рекомендации по балльно-рейтинговой системе учета и оценки достижений обучающихся

Общие положения

Балльно-рейтинговая система учета и оценки достижений, обучающихся (далее – БРС) в Частном образовательном учреждении высшего образования «Московский университет имени А. С. Грибоедова» (далее - Университет) предназначена для решения следующих задач:

- стимулирования обучающихся к регулярной учебной и внеучебной деятельности;
- организации непрерывного контроля освоения обучающимися элементов основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования;
- комплексной оценки результативности учебной и внеучебной деятельности обучающихся в течение семестра;
- создания для преподавателей, руководства факультетов и кафедр надежного инструментария для осуществления систематического и регулярного контроля за учебной и внеучебной деятельностью обучающихся.

БРС является обязательной для всех участников образовательного процесса и реализуется в электронной информационно-образовательной среде «Электронный университет» (далее – ЭИОС) для всех форм и технологий обучения.

БРС обеспечивает рейтинговый учет и оценку достижений обучающегося за семестр и включает в себя учебный (далее – Руд) и внеучебный (далее – Rвр) рейтинги.

Учебный рейтинг обучающихся

Перечень дисциплин к изучению в семестре Вы можете увидеть в Личном кабинете в ЭИОС «Электронный Университет» (далее Личный кабинет). Чтобы попасть в Личный кабинет, Вам нужно перейти по ссылке <https://impe.lms.mirapolis.ru/mira/> и ввести свой логин и пароль, выданный при поступлении в Университет.

Ваш учебный рейтинг по дисциплине будет формироваться на основе результатов выполнения следующих мероприятий:

- прохождение рубежного контроля (тестирования) по результатам изучения каждого модуля (раздела) дисциплины;
- выполнение рейтинговой работы (домашней творческой работы, расчетно-аналитического задания, реферата, контрольной работы, группового проекта) при ее наличии.

Доступ к тестовым заданиям по всем модулям изучаемых дисциплин (рубежному контролю) обеспечивается с начала семестра, однако проходить тестирование необходимо только по окончании изучения каждого модуля (раздела) дисциплины.

Рейтинговая работа должна быть выполнена и передана на проверку преподавателю не позднее, чем за 2 недели до начала экзаменационной сессии через Личный кабинет. Выполнение обучающимся рейтинговой работы допускается не более одного раза в течение установленного календарным учебным графиком периода. Представленная на проверку работа исправлению не подлежит.

При возникновении вопросов по процедуре тестирования, некорректного отображения контента, иных вопросов, связанных с технической поддержкой системы тестирования, обращайтесь в Центр поддержки.

Для прохождения тестирования Вам предоставляются две попытки с ограничением

по времени (45 минут). Выполнение тестирования допускается не более 2-ух раз в течение установленного календарным учебным графиком периода. Как итоговый учитывается Ваш лучший результат из двух попыток.

Допуск обучающегося к промежуточной аттестации осуществляется с любым количеством баллов, набранных в ходе выполнения Рейтинговых мероприятий по учебной дисциплине, в том числе с количеством баллов – 0.

Если по результатам выполнения всех рейтинговых мероприятий (тестирования по всем модулям дисциплины и выполнения рейтинговой работы) Вы набрали средний балл - 75 баллов и более, Вы можете претендовать на оценку «хорошо», «отлично» или «зачтено» по итогам работы в семестре без прохождения промежуточной аттестации (т.е. «автоматом»).

Средний балл рассчитывается как сумма баллов за все элементы рейтингового контроля (тестирование по каждому модулю, выполнение рейтинговой работы) разделенная на количество элементов контроля. При этом оценка определяется в соответствии со шкалой:

75-84 балла – хорошо,

85-100 баллов – отлично,

75-100 – зачтено.

Если средний балл менее 75, или Вы претендуете на более высокую оценку, то Вы сдаете зачет/экзамен по дисциплине на общих основаниях.

Промежуточная аттестация для обучающихся по очной, очно-заочной и заочной формам обучения осуществляется в форме проведения письменных и/или устных зачетов и экзаменов.	Промежуточная аттестация для обучающихся с применением дистанционных образовательных технологий осуществляется в форме выполнения итогового тестирования по дисциплине.
---	--

Если студент, обучающийся с применением ЭИОС, претендует на более высокую оценку, чем «автомат», то для открытия итогового тестирования необходимо обратиться в сервис «Центр поддержки».

Для выполнения итогового тестирования предоставляются также две попытки.

Обращаем Ваше внимание на то, что если в течение семестра Вы оформляли отсрочку оплаты обучения, то за две недели до начала зачетно-экзаменационной сессии финансовая задолженность должна быть погашена. В противном случае у Вас не будет возможности получить оценки по дисциплинам «автоматом» или пройти промежуточную аттестацию.

Внеучебный рейтинг обучающихся

Внеучебный рейтинг применяется для активизации обучающихся к участию в творческой, спортивной, общественной и научно-исследовательской деятельности Университета и является составной частью портфолио обучающегося, складывается из баллов, полученных обучающимися за участие в различных внеучебных мероприятиях. Подтверждение суммы баллов за внеучебный рейтинг осуществляется деканами на основе анализа представленных Вами документов (сертификатов, грамот, свидетельств, благодарностей и иных материалов) и заполненного Вами в Личном кабинете портфолио.

Ликвидация академической задолженности

Если в ходе промежуточной аттестации по учебной дисциплине Вы получили неудовлетворительную оценку или не явились на зачет/экзамен (не прошли итоговое тестирование), то у Вас образуется академическая задолженность.

Все набранные ранее в течение семестра по результатам выполнения рейтинговых

мероприятий баллы обнуляются.

Ликвидировать академическую задолженность Вы должны в течение года, следующего за семестром образования академической задолженности (но не более двух раз).

Ликвидация академической задолженности проходит в форме выполнения итогового теста. Шкала оценивания при ликвидации академической задолженности:

при форме контроля по дисциплине – **экзамен/зачет с оценкой:**

«неудовлетворительно» – 49 баллов и менее;

«удовлетворительно» – от 50 до 65 баллов;

«хорошо» – от 66 до 84 баллов;

«отлично» – от 85 до 100 баллов

при форме контроля по дисциплине – **зачет:**

«не зачтено» – 49 баллов и менее;

«зачтено» – от 50 до 100 баллов

Пройти итоговое тестирование Вы можете не более двух раз в течение установленного календарным графиком периода. Учитывается лучший результат, полученный Вами в ходе выполнения итогового тестирования. Для выполнения одного сеанса тестирования устанавливается время – один академический час (45 минут).