МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ «АСБЕСТОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИКУМ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАПОУ СО
«Асбестовский политехникум»
_____ В.А. Суслопаров
«20» июня 2020 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.06 ТЕХНИКА АКТИВНЫХ ПРОДАЖ

для профессии
38.01.02 «Продавец, контролер-кассир»
Форма обучения – очная
Срок обучения 2 года 10 месяцев

Асбест
2020

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.05 Техника активных продаж, включена в учебный план, на основе решения цикловой комиссии технического профиля по подготовке квалифицированных рабочих, служащих, отвечающего требованиям ФГОС СПО по программе подготовки квалифицированных рабочих, служащих 38.01.02 «Продавец, контролер-кассир», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 723 от 20 августа 2013 года.

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Асбестовский политехникум»

Разработчик:

Попова С.Е., преподаватель высшей квалификационной категории, ГАПОУ СО «Асбестовский политехникум»

РАССМОТРЕНО

Цикловой комиссией профиля торговли, общественного питания и сферы услуг

протокол № 8 от «23» 06 2020 г.

Председатель _____ С.Е. Попова

СОГЛАСОВАНО

Методическим советом, протокол № 3

«25» 06 2020 г.

Председатель _____ Н.Р. Караваева

СОДЕРЖАНИЕ

		стр.
1.	ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.06. ТЕХНИКА АКТИВНЫХ ПРОДАЖ

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является вариативной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по профессии 38.01.02 Продавец, контролер-кассир

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: программа учебной дисциплины относится к циклу общепрофессиональных дисциплин (вариативная часть).

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины у обучающегося должны развиваться общие и сформироваться и профессиональные компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ПК 1.3. Обслуживать покупателей и предоставлять достоверную информацию о качестве, потребительских свойствах товаров, требованиях безопасности их эксплуатации.

ПК 1.11Эффективно применять методы и приемы активных продаж в профессиональной деятельности.

Обучающийся должен:

уметь:

- выявлять психо-физические особенности покупателей;
- определять закономерности совершения покупок;
- заключать сделки с потенциальными потребителями;
- проводить презентации товара (продукта);
- устанавливать деловые коммуникации с потенциальными потребителями товаров;
- применять элементы и техники активных продаж;
- применять приемы убеждения;
- работать с возражениями потребителей;
- осуществлять продажи по телефону.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

знать:

- психо-физические особенности покупателей;
- психологические аспекты поведения покупателей в магазине;
- общие закономерности свершения покупок;
- стадии заключения сделки;
- правила проведения презентации товара;

- приемы убеждения;
- правила и приемы работы с возражениями;
- приемы убеждения;
- типы покупателей и особенности работы с ними;
- особенности проведения продаж по телефону.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося **54**часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки - **36** часов, из них практические работы – **26** часов;
- самостоятельной работы – **18** часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	***Объем часов***
Максимальная учебная нагрузка (всего)	*54*
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	*36*
в том числе:	
практические занятия	*26*
Самостоятельная работа обучающегося	*18*
Промежуточная аттестация в форме ***дифференцированный зачет***	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины
ОП.06 ТЕХНИКА АКТИВНЫХ ПРОДАЖ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
Тема 1. Психо-физиологические особенности покупателей	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Портрет типичного потребителя нашего времени.		
	2	Покупатели мужчины , женщины, дети, их особенности и основная характеристика.		
	3	Покупатели – пожилые люди, их особенности и основная характеристика.		
	Самостоятельная работа обучающихся. Развитие ритейла в России в 2010-2015 г.г.		*4*	*3*
Тема 2. Психологические аспекты поведения покупателей в магазине	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Восприятие, внимание, мышление, память, воображение.		
	2	Группировка и целостный образ.		
	3	Переключение и избирательность внимания.		
	4	Эмоции. Когнитивный диссонанс.		
	Практическое занятие№1. Составление таблицы «Характеристика основных типов покупателей»		*2*	*2*
Тема 3. Сделка. Стадии заключения сделки. Воронка продаж.	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Понятие «сделка»		
	2	Стадии заключения сделки.		
	3	Воронка продаж.		
	Практическое занятие №2. «Техника ведения переговоров. Заключение сделки»		*4*	*2*
	Самостоятельная работа обучающихся. Сообщение на тему: «Виды сделок»		*4*	*3*
Тема 4. Пространство и работа с клиентами	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Расстояние и его влияние на общение между продавцом и клиентом.		
	2	Активное наблюдение. Голос и интонация.		
	3	Зрительный контакт. Жесты, позы, мимика.		
	Практическое занятие№3.Разработка тактики работы с клиентом.		*2*	*2*
	Самостоятельная работа обучающихся. Практика стимулирования продаж.		*4*	*3*
Тема 5. Активное слушание и техника задавать вопросы	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Приемы активного слушания. Отражение эмоций.		
	2	Виды вопросов и их классификация.		
	3	Ценностные слова клиентов. Индивидуально-личностные особенности клиента и ценностные слова.		

	Практическое занятие№4. Составление диалога с клиентом по ценностным словам.		*2*	*2*
	Самостоятельная работа обучающихся. Сообщение на тему: «Типы референции клиентов»		*4*	*3*
Тема 6. Анализ речи.	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Основные правила диалога с клиентом.		
	2	Формулировки позитивные и негативные.		
	Практическое занятие№5.Перевод негативных формулировок в позитивные		*2*	*2*
Тема 7. Презентация товара	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Правила проведения презентации товара.		
	2	Мотив – характеристика - выгода		
	3	Формула представления выгоды для клиента.		
	Практическое занятие №6. «Презентация товара»		*6*	*2*
	Самостоятельная работа обучающихся. Подобрать презентационные ролики по товарам (по выбору).		*2*	*3*
Тема 8. Приемы убеждения	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Приемы убеждения и их применение при продажах.		
	2	Работа с группой клиентов. Применение приемов убеждения в группе.		
	Практическое занятие№ 7. Отработка приемов убеждения		*2*	*2*
Тема 9. Работа с возражениями.	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Ошибочные линии поведения при работе с возражениями.		
	2	Основные правила работы с сомнениями клиента.		
	3	Алгоритм работы с возражениями. Убеждение клиента.		
	Практическое занятие№ 8.Работа с возражениями. Построение диалога с клиентом.		*2*	*2*
Тема 10. Типы покупателей и особенности работы с ними. **Продажи по телефону.**	***Содержание учебного материала***		*1*	*1-2*
	1	Типы покупателей и их характеристика.		
	2	Особенности работы с различными типами покупателей.		
	Практическое занятие№9. Определение типа покупателей и выработка тактики работы с ними.		*2*	*2*
	Практическое занятие№10. Проведение продаж по телефону.		*2*	*2*
		Всего:	**54/18/36 (10/26)**	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения: 1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств); 2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством) 3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета общепрофессиональных дисциплин;
Оборудование учебного кабинета:
- посадочные места по количеству обучающихся,
-рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических пособий,
- маркерная доска
Технические средства обучения:
-компьютер с лицензионным программным обеспечением и мультимедиа проектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1.Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Учебник. Коммерция и технология торговли. 2-е изд. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2016., 442с.
2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Учебник. Коммерция и технология торговли. 2-е изд. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2016., 448с.

Нормативные ссылки:

1.Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. – Москва: проспект, КноРус, 2010. -554с.
2. ГОСТ Р 51304 -99 Услуги розничной торговли. Общие требования
3. Закон РФ «О защите прав потребителей». – М.: Издательство «Омега – Л», 2010. – 47с. – (Законы Российской Федерации).
4.Закон РФ от 23 сентября 1992г. №3520 – «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товаров»
5. Закон РФ от 20 .02.1995г.№24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации».
6. Закон РФ ОТ 27.12.2002Г. №184-ФЗ «О техническом регулировании».
7.Правила продажи отдельных видов товаров. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998г. №55.
8.Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами. Постановление правительства РФ № 596 ОТ 06.06.98

9.Правила продажи по образцам. Постановление правительства РФ №918 ОТ 06.09.99
10.Правила торговли: Сборник нормативных документов. – Новосибирск: Сиб. унив. Издательство, 2010 – 64с. – (Кодексы и законы России).
11.Санитарные правила для предприятий торговли. – М.:ИНФРА – М, 2009 – 43с.

Дополнительные источники:

1. Абчук В.А. Коммерция. Учебник. – с. – П.: Михайлова В.А.., 2006.
2. Брагина Л.А., Стукалова И.Б., Шипилова и др.; под редакцией Л.А. Брагина, Технология розничной торговли: учебное пособие для нач. проф. образования. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 128с.
3.Брагина Л.А., Стукалова И.Б., Шипилова и др.; под редакцией Л.А. Брагина. Организация коммерческой деятельности: учеб. Пособие для нач. проф. образования. – 3-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2007. – 176с.
4. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Организация и технология проектирование торговых предприятий. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2006.
5.Петров П.В., Соломатин А.Н. Экономика товарного обращения: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА – М, 2006.
6.Объективные оценки качества и совершенствование ассортимента непродовольственных товаров. – М.6 ЛИСТ, 2007
7.Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник для студентов высших учебных заведений. . М.: ИВЦ «Маркетинг», 2009, 448с.
8.Памбухчиянц О.В. Организация коммерческой деятельности: Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашкова и К», 2008. – 448с.
9.Памбухчиянц О.В. Экономика и организация деятельности торгового предприятия. – М.: ИНФРА – М, 2006.
10.Степанов Е.А., Корнеев И.К. Информационная безопасность и защита информации.
11.ХайруллинаН.Г. Практикум торгового менеджера: учебное пособие.- Тюмень, ТюмГНГУ, 2002. – 81с.
12.Щур Д.Л.. Труханович Л.В. Основы торговли. Оптовая торговля:
13.Настольная книга руководителя, главного бухгалтера и юриста. 2-е издание, переработанное и дополненное. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2006.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и тестирования, контрольных работ, а также выполнения обучающимися домашних заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	**Критерии оценки**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Умения:		
выявлять психо-физические особенности покупателей; определять закономерности совершения покупок; заключать сделки с потенциальными потребителями; проводить презентации товара (продукта); устанавливать деловые коммуникации с потенциальными потребителями товаров; применять элементы и техники активных продаж; применять приемы убеждения; работать с возражениями потребителей; осуществлять продажи по телефону.	определяет основные признаки для выявления психо-физических особенностей покупателей, соотносит манеру поведения покупателей с определенным типом; выявляет закономерности свершения покупок, соблюдает последовательность действий при совершении сделки; логически грамотно выстраивает презентацию, использует убедительные аргументы;, выстраивает деловые коммуникации с потенциальными потребителями, применяет элементы и техники продаж в соответствии с типом покупателя, применяет эффективные приемы убеждения в диалоге с потребителем, применяет технику работы с возражениями, выстраивает диалог по телефону в соответствии с правилами проведения переговоров.	Выполнение практического задания. Выполнение практической работы.
Знания:		
психо-физические особенности покупателей; психологические аспекты поведения покупателей в магазине;	характеризует различные психо-физические особенности покупателей; выявляет психологические	Устный опрос, наблюдение, тестовое задание

общие закономерности свершения покупок; стадии заключения сделки; правила проведения презентации товара; приемы убеждения; правила и приемы работы с возражениями; приемы убеждения; типы покупателей и особенности работы с ними; особенности проведения продаж по телефону.	аспекты поведения покупателей в магазине; раскрывает общие закономерности свершения покупок; обозначает стадии заключения сделки; применяет в работе правила проведения презентации товара; применяет приемы убеждения; перечисляет и применяет правила и приемы работы с возражениями; применяет в практической деятельности приемы убеждения; характеризует различные типы покупателей и раскрывает особенности работы с ними; раскрывает особенности проведения продаж по телефону.	Устный опрос, наблюдение, тестовое задание Устный опрос, наблюдение, тестовое задание

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	***Формы и методы контроля и оценки***
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем	Организовывает собственную деятельность в соответствии с поставленными задачами	Наблюдение за организацией деятельности в стандартной ситуации
ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.	Анализирует рабочую ситуацию, определяет проблемы и принимает эффективные решения в стандартных и нестандартных ситуация.. Демонстрирует готовность взять на себя ответственность за принятые решения.	Наблюдения за деятельностью в смодулированных стандартных и нестандартных ситуациях
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Использует в работе и общении различные современные средства коммуникации	Наблюдение за процессом использования средств коммуникации