

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФАГО ВО «Самарский государственный экономический

университет»

Дата подписания: 02.08.2023 16:49:50

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1e6bae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Факультет** среднего профессионального и предпрофессионального образования

**Кафедра** факультета среднего профессионального и предпрофессионального образования

**УТВЕРЖДЕНО**  
Ученым советом Университета  
(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины** ПМ.04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

**Специальность** 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация (степень) выпускника менеджер по продажам

## ***СОДЕРЖАНИЕ***

- 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА В ОТНОШЕНИИ ЛИЦ ИЗ ЧИСЛА ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**
- 4. ФОРМЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ТЕМАМ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА**
- 5. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ**
- 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

## **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **«ПМ. 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»**

#### **1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля студент должен освоить основной вид деятельности ПМ. 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих и соответствующие ему общие компетенции, и профессиональные компетенции:

##### 1.1.1. Перечень общих компетенций

<b>Код</b>	<b>Наименование общих компетенций</b>
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

##### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

<b>Код</b>	<b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>
ПК 1.1.	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.
ПК 1.3.	Принимать товары по количеству и качеству.
ПК 1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли
ПК 1.10	Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование

<b>Код</b>	<b>Наименование дополнительных профессиональных компетенций</b>
ДПК 1.	Эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы
ДПК 2.	Участвовать в оценивании результатов и подведении итогов продажи товаров, услуг

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля студент должен:

<p>Иметь практический опыт</p>	<p>установления необходимого делового сотрудничества между контрагентами, а также оказание различных коммерческих услуг, используя элементы электронной коммерции; приемки товаров по количеству и качеству; составления договоров; установления коммерческих связей; эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда; оценки результатов продажи продукции</p>
<p>уметь</p>	<p>осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение;</p> <p>управлять товарными запасами и потоками; использовать платежные системы E-commerce; выбирать тип системы электронной коммерции на предприятии;</p> <p>работать с системами сбора и анализа данных с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.</p> <p>анализировать основные бизнес-модели электронной коммерции с точки зрения поиска нестандартных решений при организации коммерческой деятельности в сети Интернет;</p> <p>находить поставщиков и потребителей через Интернет, а также устанавливать с ними деловое общение с целью реализации покупок и продаж через электронные магазины и торговые площадки</p> <p>выявлять мнение потребителей о качестве продукции и представлять информацию коммерческим службам предприятия;</p> <p>ориентироваться в классификации и типологии товаров; консультировать потенциальных покупателей о продаваемой продукции;</p> <p>формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации торгового предприятия; использовать личное имиджевое воздействие на клиента; осуществлять обмен опытом с коллегами;</p> <p>организовывать и проводить презентации продуктов и услуг потребительского рынка;</p> <p>использовать различные формы продвижения продукции; осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных покупателей;</p> <p>устанавливать необходимые деловые контакты между покупателями и продавцами товаров, а также оказывать различные коммерческие услуги;</p> <p>обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов.</p>

<p>знать</p>	<p>основные термины и определения E-commerce;  этапы развития электронной коммерции и сети Интернет;  инструментарий и классификацию электронной коммерции;  основные понятия эффективности электронной коммерции;  принципы построения систем электронной коммерции;  основные понятия безопасности электронной коммерции  основные группы услуг, оказываемых через Интернет и особенности их оказания.  основные методы и программные средства обработки деловой информации, которые могут быть использованы при организации продаж и закупок через Интернет, а также направления взаимодействия со службами информационных технологий в ходе решения задачи автоматизации продаж.  особенности продаж товаров потребительского рынка и их классификацию; основные и дополнительных услуги оказываемые предприятия торговли;  условия успешной продажи продукции;  этапы продажи продуктов и услуг;  организацию послепродажного обслуживания покупателей;  организация работы коммерческих служб с претензиями клиентов  приёмы коммуникации;  способы выявления потребностей клиентов;  факторы формирования клиентской лояльности в сфере продаж;  нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся ведения бизнеса;  порядок оформления документов, связанных с куплей-продажей товаров и заключением договоров, соглашений и контрактов на оказание услуг;  действующие формы учета и отчетности;  методы работы с возражениями в процессе ведения переговоров.</p>
--------------	--

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего – 296 академических часа (далее – часа(ов)), в том числе:

### **МДК.04.01 E-commerce (6 семестр)**

общей учебной нагрузки обучающегося - 96 часов;  
аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 64 часов;  
промежуточная аттестация (экзамен) – 6 семестр

### **МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий» (6 семестр)**

общей учебной нагрузки обучающегося - 92 часа;  
аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 64 часа;  
промежуточная аттестация (дифф. зачет) – 6 семестр

**УП.04.01 Учебная практика – 36 часов (6 семестр)**

**ПП.04.01 Производственная практика (по профилю специальности) – 72 часа (6 семестр)**

**ПМ.04.ЭК Экзамен квалификационный –6 семестр**

## 2.1. Структура профессионального модуля

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
			Обучение по МДК			Практики		
			Всего	В том числе		Учебная	Производственная	
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)							
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ОК 01 – ОК 05, ОК09. ДПК1, ДПК 2.	Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции	96	64	32	-	-	-	32
ОК 01 – ОК 05, ОК09. ДПК1, ДПК 2.	Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке	92	64	32	-	-	-	28
ОК 01 – ОК 05, ОК09. ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 1.5, ПК 1.10	Учебная практика, часов	36				36		-
ПК 1.1, ПК 1.3, ПК 1.5, ПК 1.10, ДПК 1, ДПК 2.	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72					72	-
	Экзамен квалификационный	-	-	-	-	-	-	-
	<b>Всего:</b>	<b>296</b>	<b>128</b>	<b>64</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>72</b>	<b>60</b>

## 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	Объем в часах
1	2	3
<b>Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции</b>		<b>96</b>
<b>МДК. 04.01 E-commerce</b>		<b>96</b>
<b>Тема 1.1 E-commerce - новая среда ведения бизнес-процессов</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	4
	Понятие и значение электронной коммерции в современном бизнесе Цикл электронной коммерции Сфера применения электронной коммерции	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>
<b>Тема 1.2 Основные составляющие электронной коммерции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	4
	Основные категории E-commerce Цели и концепции электронной коммерции Модели E-commerce и их характеристика	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Определение факторов выбора модели E-commerce».	2
	<b>Практическое занятие.</b> «Определение вариантов использования электронной коммерции в различных отраслях и сферах экономики России и Самарской области.».	1
<b>Тема 1.3 Интернет как основа E-commerce</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	4
	Интернет и его ресурсы. Эталонная модель взаимодействия открытых систем Характерные особенности Интернет среды	



	Службы Интернет, категории услуг Интернет. Характеристики коммуникационных служб Интернет	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «ИНТЕРФЕЙС INTERNET EXPLORER поиск в INTERNET».	2
	<b>Практическое занятие.</b> «Формирование навыков применения поисковых системам в организации коммерческой деятельности».	1
	<b>Практическое занятие.</b> «Анализ языков запроса различных поисковых систем, решение задач поиска необходимой информации».	1
<b>Тема 1.4 Организация E-commerce</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	2
	Основные принципы и этапы организации бизнеса E-commerce Компоненты бизнес-решений в сфере электронного бизнеса Маркетинговые вопросы E-commerce Особенности комплекса маркетинга в электронной коммерции.	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Применение технических возможностей сервисов сбора статистики о посетителях»	2
	<b>Практическое занятие.</b> «Повышение коэффициента кликабельности сайта».	2
<b>Тема 1.5 Веб-сайт – основа E-commerce</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>14</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	6
	Веб-сайт и его разновидности Процесс создание сайта. Продвижение сайта в сети	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Проведение оценки качества сайта»	2
	<b>Практическое занятие.</b> «Продвижение сайта» Кейс «Сравнительный анализ оптимизированных сайтов»	2
	<b>Практическое занятие.</b> «Формирование представления о баннерных сетях»	2
	<b>Практическое занятие.</b> «Определение вида баннерных сетей»	1

	<b>Практическое занятие.</b> «Определение предполагаемой цены баннера»	<i>1</i>
<b>Тема 1.6 Торговые системы E-commerce</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	<b>Теоретическое обучение</b> Сущность торговых систем E-commerce и их виды. Электронные торговые площадки. Основные модели организации электронных торговых площадок.	<b>4</b>
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Модели торговых площадок сетевыми аукционами»	<i>1</i>
	<b>Практическое занятие</b> «Организация аукционной торговли»	<i>1</i>
	<b>Практическое занятие.</b> «Выявление специфики биржевой торговли»	<i>2</i>
<b>Тема 1.7 Электронные магазины</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>
	<b>Теоретическое обучение</b> Понятие и виды электронных магазинов. Организация деятельности электронного магазина. Обслуживание электронного магазина.	<b>4</b>
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Классификационная характеристика электронного магазина, определение географической территории обслуживания»	<i>1</i>
	<b>Практическое занятие</b> «Определение соответствия оформления ассортимента реализуемых товаров»	<i>1</i>
	<b>Практическое занятие</b> «Формирование маркетинговых мероприятия по продвижению товаров электронного магазина»	<i>2</i>

<b>Тема 1.8 Эффективность E-commerce</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>
	<b>Теоретическое обучение</b> Основные понятия эффективности электронной коммерции Методы оценки эффективности систем электронной коммерции	4
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие «Применение показателей оценки эффективности E-commerce»</b> Кейс «ИТ-решения в ритейлере»	2
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> 1. Работа с сайтами (www.ozon.ru; www.gloria-jeans.ru; www.elves.ru; www.sbrf.ru; WWW.ANIGRAN.RU; WWW.SAMKON.RU www.promo.ru; www.labyrinth-shop.ru ) – исследование возможностями использования E-commerce в различных отраслях и сферах экономики 2. Работа с официальным сайтом исследуемого предприятия торговли, изучение ассортимента продукции, ознакомление с витриной интернет магазина. 3. Написание докладов 4. Определение вида и основного назначения сайтов 5. Изучение структуры сайтов		<b>32</b>
<b>Учебная практика раздела 1</b> <b>Виды работ</b> 1. Урок-экскурсия на предприятие торговли. 2. Занятия в лаборатории «Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности». Тематика занятий: • Написание эссе по теме «Роль маркетплейсов в формировании потребительского рынка товаров и услуг». • Анализ ассортимента товаров и услуг электронного магазина • Специфика исследования технологии покупки продукции. • Анализ способов оплаты и доставки товара. • Изучение способов продвижения маркетплейсов в интернет пространстве		<b>18</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>экзамен</b>
<b>Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке</b>		<b>92</b>
<b>МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»</b>		<b>92</b>
<b>Тема 2.1 Продажи и особенности их организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	8
	Технологии продаж и их роль в коммерческой деятельности	

	Тенденции в системе продаж и их трансформация в условиях цифровой экономики Этапы продаж и их особенности Техника построения вопросов в процессе продажи Подготовка продавца к взаимодействию с клиентом Анализ информации о цене товаров, услуг	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Ознакомление с общими требованиями к должности агента коммерческий»	4
	<b>Практическое занятие.</b> «Исследование рынка электронной коммерции в России».	4
<b>Тема 2.2 Технология производства услуги и продажи продукции</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>22</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	10
	Современные технологии продаж и их особенности Понятие услуг в торговле. Ассортиментная политика предприятий торговли и ее влияние на продажи. Методы стимулирования посредников при продаже продукции Послепродажное обслуживание как вид профессиональных услуг Организация работы в сфере ритейла с претензиями клиентов	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>12</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Организация и проведение презентаций новой продукции и/или услуги». Кейс «Придумай 10 новых свойств для своего продукта!» Кейс «Проявим креатив во время представления товара!» Кейс «Как быстро привлечь новый сегмент покупателей для покупки основного и сопутствующего товара» Кейс «Отстройка от конкурентов» Кейс «Как вызвать доверие?»	5
	<b>Практическое занятие.</b> «Изучение спроса на товары и услуги».	2
	<b>Практическое занятие.</b> «Формирование ассортимента товаров/услуг на основе исследований рынка»	5
<b>Тема 2.3 Хозяйственные связи с покупателями и заказчиками</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>16</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	8
	Факторы коммерческого успеха организации, профессионализм менеджера по продажам, маркетинговое поведение персонала	

	Поиск покупателей и подготовка к продажам Установление эффективного контакта с покупателем и заказчиком	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Оформление заявок и заказов. Оформление хозяйственных договоров» Кейс «Проведение переговоров с поставщиками при отсутствии средств на закупку и обеспечение кредита»	4
	<b>Практическое занятие.</b> «Анализ дебиторской задолженности. Работа с дебиторской задолженностью»	4
<b>Тема 2.4 Продвижение товаров и услуг</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>
	<b>Теоретическое обучение</b>	6
	Особенности общения в процессе продажи. Техника постановки вопросов активного слушателя. Выявление потребностей и аргументация продаж Рекламная деятельность по продвижению товаров и услуг. Планирование клиентской базы на определенной территории	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие.</b> «Выбор модели коммуникаций»	4
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b> Подготовка презентации выбранного типа продукции (товар/услуга) по следующим пунктам: 1. Особенности товара/услуги 2. Портрет потребителя товара/услуги 3. Мотивы приобретения товара/услуги 4. Рекомендации менеджеру по продажам товара/услуги по внешнему виду и необходимым для продажи материалам 5. Особенности технологии продаж товара/услуги 6. Управление продажами товара/услуги Самостоятельное изучение вопросов «Обеспечение защиты прав и интересов покупателей», «Коммерческая тайна», «Ответственность предприятия торговли в случае оказания некачественных услуг». Написание докладов		<b>28</b>
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> 1. Занятия в лаборатории «Лаборатория технического оснащения торговых организаций и охраны труда»: Тематика занятий:		<b>18</b>

<p>1.Изучение установления контактов с деловыми партнерами (покупателями заказчиками, поставщиками):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности этапности продаж по типу торговли, взаимосвязь техники построения вопросов и этапа проведения продаж;</li> <li>- особенности презентации товаров/услуг;</li> <li>- специфика работы с возражениями;</li> <li>-составление коммерческого предложения;</li> <li>- заключение договора;</li> <li>- этапы контроля за исполнением договора;</li> <li>- процесс рассмотрения претензий;</li> <li>- формирование ответа на претензии.</li> </ul> <p>2. Изучение документационного сопровождения приемки товаров:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- перечень сопроводительных документов при приемке товаров (технический паспорт, упаковочный лист, сертификат соответствия, руководство по эксплуатации оборудования, универсальный передаточный документ, накладная ТОРГ-12, Товарно-транспортная накладная) правильность их оформления;</li> <li>- правила применения торгового инвентаря при подготовке товара к продаже;</li> <li>- документационное оформление в случае ненадлежащей поставки товаров по количеству или качеству.</li> </ul> <p>3. Изучение процесса обслуживания покупателей агентом коммерческим:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила встречи клиента,</li> <li>- особенности выявления потребностей при оптовой и розничной продаже товаров/услуг, - параметры продукции при консультации по характеристикам товара;</li> <li>- правила оформление кассового и товарного чеков.</li> </ul> <p>Изучение перечня дополнительных услуг агента коммерческого. Занятия в мастерской «Программные решения для бизнеса»</p> <p>4. Изучение сервисов по созданию веб-сайтов торговых организаций (предприятий). Особенности продвижения коммерческих предприятий (организаций) в сети</p> <p>5. Изучение особенностей организации деятельности на электронных торговых площадках.</p>	
<b>Курсовой проект (работа) не предусмотрен</b>	
<b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) не предусмотрены</b>	
<b>Самостоятельная учебная работа обучающегося над курсовым проектом (работой) не предусмотрена</b>	
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>Диф.зачет</b>
<p><b>Производственная практика (концентрированная практика)</b> <b>Виды работ</b></p> <p>1. Общая характеристика торговой организации (предприятия). Материально-техническая база: вид торгового здания; состав помещений предприятия, его планировка; методы продажи;</p>	<b>72</b>

<p>анализ поставщиков, покупателей и конкурентов; анализ показателей хозяйственной деятельности предприятия.</p> <p>2. Анализ торгового ассортимента организации. Формирование ассортимента товаров/услуг на основе анализа конъюнктуры рынка</p> <p>3. Участие в приемке товаров по количеству и качеству и в оформлении документов по расхождению товаров в количестве и несоответствии товаров по качеству. Участие в определении дефектов товаров в соответствии с нормативной документацией. Анализ результатов приемки.</p> <p>4. Формирование рекомендаций по совершенствованию технологического процесса хранения.</p> <p>5. Анализ методов продаж, применяемых предприятием. Разработка скрипта продаж нескольких видов продукции (услуг).</p> <p>6. Анализ методов стимулирования покупателей (потребителей) при продаже продукции предприятия (организации). Оценка ассортимента услуг послепродажного обслуживания как стимул покупки.</p> <p>7. Анализ процесса оформления заявок и заказов, оформления хозяйственных договоров.</p> <p>8. Анализ веб-сайта предприятия, его качества. Оценка использования предприятием электронных торговых площадок.</p> <p>9. Характеристика электронного магазина: по географической территории обслуживания; по соответствию оформлению ассортименту реализуемых товаров и прочие. Оценка эффективности деятельности электронного магазина.</p>	
<b>Итого</b>	<b>296</b>

### **3. Особенности реализации междисциплинарного курса в отношении лиц из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных обучающихся, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала.

Подбор и разработка учебных материалов должны производиться с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи) или с помощью тифлоинформационных устройств.

Выбор средств и методов обучения осуществляется самим преподавателем. При этом в образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

Согласно требованиям, установленным Минобрнауки России к порядку реализации образовательной деятельности в отношении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, необходимо иметь в виду, что:

инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по зрению имеют право присутствовать на занятиях вместе с ассистентом, оказывающим обучающемуся необходимую помощь.

инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья по слуху имеют право на использование звукоусиливающей аппаратуры.

При проведении промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

проведение аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, общаться с экзаменатором);

пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях.

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом экзамена может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

продолжительность сдачи экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;

продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;



В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организация обеспечивает выполнение следующих требований при проведении аттестации:

а) для слепых:

задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи экзамена оформляются увеличенным шрифтом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию испытания проводятся в устной форме.

О необходимости обеспечения специальных условий для проведения аттестации обучающийся должен сообщить письменно не позднее, чем за 10 дней до начала аттестации. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в организации).

#### **4. Формы самостоятельной работы обучающихся по темам междисциплинарного курса**

При планировании самостоятельной внеаудиторной работы обучающимся могут быть рекомендованы следующие виды заданий:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекций (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника,

дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; изучение нормативных материалов; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование и др.); подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка докладов; составление библиографии, тематических кроссвордов; тестирование и др.;

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу; решение вариантов задач и упражнений; выполнение чертежей, схем; выполнение расчётно-графических работ; решение ситуационных производственных (профессиональных) задач; подготовка к деловым играм; проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности; подготовка курсовых и дипломных работ (проектов); экспериментально-конструкторская работа; опытно-экспериментальная работа; упражнения на тренажёре; упражнения спортивно-оздоровительного характера; рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Наиболее распространенной формой самостоятельной работы является подготовка докладов.

По усмотрению преподавателя доклады могут быть представлены на практических занятиях, научно-практических конференциях, а также использоваться как зачетные работы по пройденным темам.

#### 4.1. Вопросы для самостоятельной учебной работы обучающихся

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)/Самостоятельная учебная работа обучающихся	Формируемые компетенции
1	2
<b>Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>МДК. 04.01 E-commerce</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
1. Работа с сайтами (www.ozon.ru; www.gloria-jeans.ru; www.elves.ru; www.sbrf.ru; WWW.ANIGRAN.RU; WWW.SAMKON.RU www.promo.ru; www.labirint-shop.ru ) – исследование возможностями использования E-commerce в различных отраслях и сферах экономики	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
2. Работа с официальным сайтом исследуемого предприятия торговли, изучение ассортимента продукции, ознакомление с витриной интернет магазина.	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
3. Написание докладов.	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>МДК. 04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
Подготовка презентации выбранного типа продукции (товар/услуга) по следующим пунктам: 1. Особенности товара/услуги 2. Портрет потребителя товара/услуги	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.

3. Мотивы приобретения товара/услуги 4. Рекомендации менеджеру по продажам товара/услуги по внешнему виду и необходимым для продажи материалам 5. Особенности технологии продаж товара/услуги 6. Управление продажами товара/услуги	
2. Самостоятельное изучение вопросов «Обеспечение защиты прав и интересов покупателей», «Коммерческая тайна», «Ответственность предприятия торговли в случае оказания некачественных услуг».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
3. Написание докладов	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.

#### **4.2. Примерная тематика докладов**

##### **Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции**

##### **МДК. 04.01 E-commerce**

1. Современное состояние электронной коммерции в России
2. Тенденции развития электронной коммерции в секторе B2B
3. Проблемы функционирования систем электронной коммерции
4. Обеспечение безопасности систем электронной коммерции
5. Сравнительная характеристика традиционного магазина и Интернет-магазина
6. Привлечение покупателей в Интернет-магазин
7. Организация торгово-технологического процесса в розничной Интернет-торговле
8. Организация работы Интернет-аукционов
9. Кастомайзинг и его использование в электронной коммерции
10. Характеристика российских платежных систем
11. Интернет-банкинг в России и за рубежом.
12. Разновидности электронных торговых площадок
13. Технология деятельности Интернет-бирж
14. Брокерские услуги в Интернет
15. Средства общения в Интернете
16. Пути и методы создания электронного магазина
17. Технология проведения расчетов в Интернет
18. Процесс перевода бизнеса в электронную среду
19. Интернет-маркетинг как составляющая электронной коммерции

##### **Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке**

##### **МДК. 04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»**

1. Активные продажи услуг, товаров
2. Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах (на примере различных услуг)
3. Организация работы с претензиями клиентов
4. Телефонные продажи (телемаркетинг)
5. Реклама услуг и ее особенности
6. Оценка удовлетворенности клиента приобретенными услугами
7. Мотивы потребления услуг.
8. Методики исследования потребительского поведения.
9. Факторы потребительского поведения.
10. Технология продаж SPIN (СПИН)
11. Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»

12. Ассортиментная политика предприятий сферы услуг и ее влияние на продажи
13. Модели поведения потребителей на рынке услуг.
14. Оценка эффективности продаж профессиональных услуг
15. Должностные обязанности и права менеджера по продаже различных видов услуг.  
Требования к должности
16. Принципы качественного обслуживания клиента при оказании профессиональных услуг
17. Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности
18. Экстерьер и интерьер предприятий сферы услуг как элемент влияния на имидж предприятия
19. Методы стимулирования продаж профессиональных услуг
20. Методы взаимодействия с клиентами в сфере услуг
21. Ответственность продавца при оказании услуг
22. Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж профессиональных услуг и пути преодоления
23. Послепродажное обслуживание как вид профессиональных услуг.
24. Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание
25. Виды послепродажного обслуживания.
26. Типы клиентской лояльности.
27. Принципы эффективного управления лояльностью.
28. Способы формирования клиентской лояльности.
29. Программы клиентской лояльности при оказании профессиональных услуг.
30. Возражения покупателей услуги и их преодоление.
31. Формирование доверия клиентов к качеству услуг.

### 5. Задания для практических занятий

По междисциплинарному курсу профессионального модуля предусмотрены практические занятия с использованием активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, разбора конкретных ситуаций, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

<b>Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) / лабораторные работы и/или практические занятия</b>	<b>Формируемые компетенции</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>МДК. 04.01 E-commerce</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 1.1 E-commerce - новая среда ведения бизнес-процессов</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Рассмотрение понятий электронный бизнес, электронная коммерция и электронная торговля». Кейс «Конфликт каналов распространения»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.

<b>Тема 1.2 Основные составляющие электронной коммерции</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Определение факторов выбора модели E-commerce».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Определение вариантов использования электронной коммерции в различных отраслях и сферах экономики России и Самарской области.».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Определение модели электронной коммерции коммерческого предприятия».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 1.3 Интернет как основа E-commerce</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «ИНТЕРФЕЙС INTERNET EXPLORER поиск в INTERNET».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Формирование навыков применения поисковых системам в организации коммерческой деятельности».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Анализ языков запроса различных поисковых систем, решение задач поиска необходимой информации».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 1.4 Организация E-commerce</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Применение технических возможностей сервисов сбора статистики о посетителях»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Повышение коэффициента кликабельности сайта».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 1.5 Веб-сайт – основа E-commerce</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Определение вида и основного назначение сайта»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Изучение структуры сайта»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Проведение оценки качества сайта»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Продвижение сайта» Кейс «Сравнительный анализ оптимизированных сайтов»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Формирование представления о баннерных сетях»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Определение предполагаемой цены баннера»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 1.6 Торговые системы E-commerce</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Классификационная характеристика электронного магазина, определение	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.

географической территории обслуживания»	
<b>Практическое занятие</b> «Определение соответствия оформления ассортименту реализуемых товаров»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие</b> «Формирование маркетинговых мероприятия по продвижению товаров электронного магазина»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 1.8 Эффективность E-commerce</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие</b> «Применение показателей оценки эффективности E-commerce» Кейс «ИТ-решения в ритейлере»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 2.1 Продажи и особенности их организации</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Ознакомление с общими требования к должности агент коммерческий»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Исследование рынка электронной коммерции в России».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 2.2 Технология производства услуги и продажи продукции</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Организация и проведение презентаций новой продукции и/или услуги». Кейс «Придумай 10 новых свойств для своего продукта!» Кейс «Проявим креатив во время представления товара!» Кейс «Как быстро привлечь новый сегмент покупателей для покупки основного и сопутствующего товара» Кейс «Отстройка от конкурентов» Кейс «Как вызвать доверие?»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Изучение спроса на товары и услуги».	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Формирование ассортимента товаров/услуг на основе исследований рынка»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 2.3 Хозяйственные связи с покупателями и заказчиками</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Оформление заявок и заказов. Оформление хозяйственных договоров» Кейс «Проведение переговоров с поставщиками при отсутствии средств на закупку и обеспечение	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.

кредита»	
<b>Практическое занятие.</b> «Анализ дебиторской задолженности. Работа с дебиторской задолженностью»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Тема 2.4 Продвижение товаров и услуг</b>	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.
<b>Практическое занятие.</b> «Выбор модели коммуникаций»	ОК 01 – ОК 05, ОК 09, ДПК1, ДПК 2.

## **6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**6.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:**

лаборатории «Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности», кабинет организации коммерческой деятельности и логистики для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями; учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями; библиотека, читальный зал с выходом в интернет; помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования; актовый зал; помещение для самостоятельной работы, оснащенные в соответствии с ОПОП по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Базы практики оснащены, в соответствии с ОПОП по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

### **6.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд Университета имеет электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе.

#### **Основная литература**

##### **1.2.1. Электронные издания**

Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15369-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497818>

##### **6.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)**

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
2. Электронная библиотечная система Юрайт Издательство Юрайт <https://biblio-online.ru/>
3. Платформа «Библиокомплектатор» <http://www.bibliocomplectator.ru/>
4. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru>
5. Официальный сайт Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг России) <https://www.minpromtorg.ru/>
6. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>
7. Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации <https://www.nalog.ru/>
8. Официальный сайт Пенсионного фонда России <http://www.pfrf.ru/>
9. Официальный сайт Фонда социального страхования <http://fss.ru/>
10. Официальный сайт Фонда обязательного медицинского страхования <http://www.ffoms.ru/>



11. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/>

### 6.2.3. Дополнительные источники

Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>

Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>

### 6.3 Обязательное программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

## 7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

### 7.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине

Фонд оценочных средств предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших междисциплинарные курсы профессионального модуля ПМ 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

Фонд оценочных средств разработан в соответствии с требованиями ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» и рабочей программой ПМ 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

Фонд оценочных средств предназначен для оценки умений, знаний, практического опыта и освоенных компетенций, формируемых в результате изучения междисциплинарного курса профессионального модуля ПМ 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

В результате освоения дисциплин междисциплинарного курса профессионального модуля ПМ 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих обучающийся должен:

<b>Иметь практический опыт</b>	установления необходимого делового сотрудничества между контрагентами, а также оказание различных коммерческих услуг, используя элементы электронной коммерции; приемки товаров по количеству и качеству; составления договоров; установления коммерческих связей; эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда;
--------------------------------	--

	оценки результатов продажи продукции
<b>уметь</b>	<p>осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;</p> <p>устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение;</p> <p>управлять товарными запасами и потоками;</p> <p>использовать платежные системы E-commerce;</p> <p>выбирать тип системы электронной коммерции на предприятии;</p> <p>работать с системами сбора и анализа данных с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.</p> <p>анализировать основные бизнес-модели электронной коммерции с точки зрения поиска нестандартных решений при организации коммерческой деятельности в сети Интернет;</p> <p>находить поставщиков и потребителей через Интернет, а также устанавливать с ними деловое общение с целью реализации покупок и продаж через электронные магазины и торговые площадки</p> <p>выявлять мнение потребителей о качестве продукции и представлять информацию коммерческим службам предприятия;</p> <p>ориентироваться в классификации и типологии товаров;</p> <p>консультировать потенциальных покупателей о продаваемой продукции;</p> <p>формировать положительное мнение у потенциальных клиентов о деловой репутации торгового предприятия;</p> <p>использовать личное имиджевое воздействие на клиента;</p> <p>осуществлять обмен опытом с коллегами;</p> <p>организовывать и проводить презентации продуктов и услуг потребительского рынка;</p> <p>использовать различные формы продвижения продукции;</p> <p>осуществлять сбор и использование информации с целью поиска потенциальных покупателей;</p> <p>устанавливать необходимые деловые контакты между покупателями и продавцами товаров, а также оказывать различные коммерческие услуги;</p> <p>обеспечивать надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов.</p>
<b>знать</b>	<p>основные термины и определения E-commerce;</p> <p>этапы развития электронной коммерции и сети Интернет;</p> <p>инструментарий и классификацию электронной коммерции;</p> <p>основные понятия эффективности электронной коммерции;</p> <p>принципы построения систем электронной коммерции;</p> <p>основные понятия безопасности электронной коммерции</p> <p>основные группы услуг, оказываемых через Интернет и особенности их оказания.</p> <p>основные методы и программные средства обработки деловой информации, которые могут быть использованы при организации</p>

	<p>продаж и закупок через Интернет, а также направления взаимодействия со службами информационных технологий в ходе решения задачи автоматизации продаж.</p> <p>особенности продаж товаров потребительского рынка и их классификацию; основные и дополнительных услуги оказываемые предприятия торговли;</p> <p>условия успешной продажи продукции;</p> <p>этапы продажи продуктов и услуг;</p> <p>организацию послепродажного обслуживания покупателей;</p> <p>организация работы коммерческих служб с претензиями клиентов</p> <p>приёмы коммуникации;</p> <p>способы выявления потребностей клиентов;</p> <p>факторы формирования клиентской лояльности в сфере продаж;</p> <p>нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся ведения бизнеса;</p> <p>порядок оформления документов, связанных с куплей-продажей товаров и заключением договоров, соглашений и контрактов на оказание услуг;</p> <p>действующие формы учета и отчетности;</p> <p>методы работы с возражениями в процессе ведения переговоров.</p>
--	--

## 7.2. Перечень контролирующих мероприятий для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

Перечень контролирующих мероприятий для проведения текущего контроля по междисциплинарным курсам ПМ 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих представлен в таблице 1.

Таблица 1

Номер семестра	Текущий контроль				
	Тестирование	Опрос	Сквозная задача	Доклад	Формирование портфолио
6	+	+	-	+	

Перечень контролирующих мероприятий для проведения промежуточной аттестации по междисциплинарным курсам ПМ 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих представлен в таблице 2.

Таблица 2

Номер семестра	Промежуточная аттестация			
	Курсовая работа	Промежуточное тестирование	Диф. зачет	Экзамен
6			+	+

## 7.3. Результаты освоения междисциплинарных курсов, подлежащие оцениванию

*Общие компетенции:*

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области традиционной и электронной торговли	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Эффективный поиск необходимой информации, использование различных источников получения информации, анализ и оценка информации на основе применения профессиональных технологий, использование информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» для реализации профессиональной деятельности	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Демонстрация интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; осознанное планирование повышения квалификации, умение презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности.	Оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практике. Оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Демонстрация умений взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями,	Оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы

	самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Определение и использование необходимых законодательных и нормативных документов для решения задач в области организации и управления торгово-сбытовой деятельностью	Оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; составлять документацию, относящуюся к процессам в области организации и управления торгово-сбытовой деятельностью	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практике. Оценка умения решать профессиональные задачи с использованием современного программного обеспечения

***Профессиональные компетенции:***

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.	Демонстрация навыков грамотного составления договоров с деловыми партнерами, предъявления претензий и санкций, знание типовой структуры договоров, используемых в коммерческой	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении

	<p>деятельности;</p> <p>- умение составлять и корректировать документационное обеспечение коммерческой деятельности</p>	<p>самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практике</p>
<p>ПК 1.3. Принимать товары по количеству и качеству.</p>	<p>Демонстрация навыков организация и проведение операций по приемке товаров по количеству и качеству -оформление документации, подтверждающей факты приемки товаров по количеству и качеству</p>	<p>Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практике</p>
<p>ПК 1.5 Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.</p>	<p>Демонстрация навыков качественного оказания основных и дополнительных услуг предприятий торговли; развитие системы торгового сервиса</p>	<p>Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной практикам</p>
<p>ПК 1.10 <i>Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.</i></p>	<p>Бережно и безопасно эксплуатировать торговое оборудование</p> <p>-оценивать потребности в современном техническом оснащении торговых предприятий</p>	<p>Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по учебной и производственной</p>

		практикам
ДПК 1 Эксплуатировать и сопровождать информационные системы и сервисы	Осуществление эксплуатации и сопровождения типовых информационных систем и сервисов	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по производственной практике
ДПК 2 Участвовать в оценивании результатов и подведении итогов продажи товаров, услуг	Оценивание результатов процесса продаж, формирование рекомендации по управлению продажами товаров, услуг	Оценка деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении самостоятельной работы, работ по производственной практике

#### 7.4 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Текущий контроль знаний представляет собой контроль освоения программного материала по междисциплинарным курсам, с целью своевременной коррекции обучения, активизации самостоятельной работы и проверки уровня знаний и умений обучающихся, сформированности компетенций:

Наименования разделов /МДК профессионального модуля	Типы контрольных заданий		
	1	2	
Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции МДК.04.01E-COMMERCE	Вопросы к устному опросу	Тестирование	доклад
Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент	Вопросы к устному опросу	Тестирование	доклад

коммерческий»			
---------------	--	--	--

Промежуточная аттестация по междисциплинарным курсам позволяет оценить сформированность компетенций:

Наименования разделов /МДК профессионального модуля	Типы контрольных заданий
<i>1</i>	<i>2</i>
Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции МДК.04.01 E-COMMERCE	Вопросы к экзамену
Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»	Вопросы к диф зачету

#### **7.4.1 Комплект оценочных средств для текущего контроля**

Текущий контроль знаний представляет собой контроль освоения программного материала междисциплинарного курса, с целью своевременной коррекции обучения, активизации самостоятельной работы и проверки уровня знаний и умений обучающихся, сформированности компетенций. Результаты текущего контроля заносятся в журналы учебных занятий.

Формы текущего контроля знаний:

- устный опрос;
- практические задания;
- тестирование;
- написание докладов.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы.

Защита практических работ по типам контрольных заданий производится студентом в день их выполнения в соответствии с планом-графиком.

Преподаватель проверяет правильность выполнения практических работ студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

#### **Вопросы для текущего контроля знаний (устный опрос)**

##### **Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции МДК.04.01 E-COMMERCE**

**Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ДПК 1, ДПК 2.**

1. Понятие и значение электронной коммерции в современном бизнесе.
2. Цикл электронной коммерции.
3. Сферы применения электронной коммерции.
4. Основные категории электронной коммерции
5. Концепции электронной коммерции.
6. Модели электронной коммерции и их характеристики.
7. Основные виды сетевого бизнеса.



8. Интернет и его ресурсы.
9. Характерные особенности Интернет.
10. Службы Интернет.
11. Основные принципы и этапы организации бизнеса в ЭК.
12. Компоненты бизнес – решений в ЭК.
13. Особенности маркетинговой деятельности в ЭК.
14. Веб – сайт и его разновидности.
15. Процесс создания сайта.
16. Электронная коммерция на потребительском рынке.
17. Электронная коммерция в системе «бизнес-бизнес».
18. Электронная коммерция на рынке промежуточных продавцов.
19. Сущность торговых систем в электронной коммерции их виды.
20. Электронные торговые площадки.
21. Основные модели организации электронных торговых площадок.
22. Понятие и виды электронных магазинов.
23. Организация деятельности в электронной коммерции.
24. Обслуживание электронного магазина.
25. Сущность электронных платежей и технология проведения расчетов в электронной коммерции
26. Виды и особенности платежных систем, применяемых в электронной коммерции. Критерии их выбора.
27. Российские платежные системы.
28. Понятие экономической эффективности электронной коммерции. Система показателей оценки экономической эффективности.
29. Оценка эффективности создания систем электронной коммерции.
30. Оценка эффективности функционирования систем электронной коммерции.
31. Показатели стоимости электронной коммерции.
32. Основные направления обеспечения безопасности ведения электронной коммерции.
33. Защита информации в электронной коммерции.
34. Правовое обеспечение развития электронной коммерции.
35. Нормативно-техническое обеспечение электронной коммерции.
36. Сертификация и лицензирование в сфере электронной коммерции.
37. Продвижение сайта в сети.

**Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке**  
**МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»**

***Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ДПК 1, ДПК 2.***

1. Реклама услуг и ее особенности
2. Оценка удовлетворенности клиента приобретенными услугами
3. Технология продаж SPIN (СПИН)
4. Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»
5. Ассортиментная политика торговых предприятий и ее влияние на продажи
6. Процессный подход к организации продаж товаров, услуг
7. Описание входов и выходов процесса продажи товаров, услуг
8. Методы графического описания процесса продажи услуг
9. Классификация процессов в современных продажах товаров, услуг
10. Характеристики процессов продажи услуг
11. Характеристики ресурсов для организации процесса продажи услуг
12. Проектирование процесса продажи товаров, услуг (основные положения)
13. Методы стимулирования посредников при продаже товаров, услуг
14. Оценка эффективности продаж товаров, услуг

15. Должностные обязанности и права менеджера по продаже различных видов товаров, услуг. Требования к должности
16. Принципы качественного обслуживания клиента при оказании услуг
17. Экстерьер и интерьер предприятий сферы услуг как элемент влияния на имидж предприятия
18. Методы стимулирования посредников при продаже товаров, услуг
19. Ответственность продавца при оказании услуг
20. Возражения покупателей товаров, услуги и их преодоление
21. Организация работы с претензиями клиентов
22. Формирование доверия клиентов к качеству товара, услуг.
23. Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж товаров, услуг и пути преодоления
24. Организация послепродажного обслуживания
25. Роль послепродажного обслуживания в повышении удовлетворенности клиентов качеством продукции
26. Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание
27. Виды послепродажного обслуживания.
28. Типы клиентской лояльности.
29. Принципы эффективного управления лояльностью.
30. Способы формирования клиентской лояльности.
31. Методы анализа цен на рынке товаров, услуг
32. Формирование ассортимента на основе исследований рынка
33. Характеристика процесса оформления заявок и заказов.
34. Характеристика хозяйственных договоров
35. Рекламная деятельность по продвижению
36. Развитие клиентской базы на определенной территории

### **Примерная тематика докладов**

#### **Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции**

##### **МДК.04.01 E-COMMERCE.**

##### ***Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ДПК 1, ДПК 2.***

1. Современное состояние электронной коммерции в России
2. Тенденции развития электронной коммерции в секторе B2B
3. Проблемы функционирования систем электронной коммерции
4. Обеспечение безопасности систем электронной коммерции
5. Сравнительная характеристика традиционного магазина и Интернет-магазина
6. Привлечение покупателей в Интернет-магазин
7. Организация торгово-технологического процесса в розничной Интернет-торговле
8. Организация работы Интернет-аукционов
9. Кастомайзинг и его использование в электронной коммерции
10. Характеристика российских платежных систем
11. Интернет-банкинг в России и за рубежом.
12. Разновидности электронных торговых площадок
13. Технология деятельности Интернет-бирж
14. Брокерские услуги в Интернет
15. Средства общения в Интернете
16. Пути и методы создания электронного магазина
17. Технология проведения расчетов в Интернет
18. Процесс перевода бизнеса в электронную среду

## 19. Интернет-маркетинг как составляющая электронной коммерции

### **Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке** **МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»** **Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ДПК 1, ДПК 2.**

1. Активные продажи услуг, товаров
2. Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах (на примере различных услуг)
3. Организация работы с претензиями клиентов
4. Телефонные продажи (телемаркетинг)
5. Реклама услуг и ее особенности
6. Оценка удовлетворенности клиента приобретенными услугами
7. Мотивы потребления услуг.
8. Методики исследования потребительского поведения.
9. Факторы потребительского поведения.
10. Технология продаж SPIN (СПИН)
11. Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»
12. Ассортиментная политика предприятий сферы услуг и ее влияние на продажи
13. Модели поведения потребителей на рынке услуг.
14. Оценка эффективности продаж профессиональных услуг
15. Должностные обязанности и права менеджера по продаже различных видов услуг.  
Требования к должности
16. Принципы качественного обслуживания клиента при оказании профессиональных услуг
17. Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности
18. Экстерьер и интерьер предприятий сферы услуг как элемент влияния на имидж предприятия
19. Методы стимулирования продаж профессиональных услуг
20. Методы взаимодействия с клиентами в сфере услуг
21. Ответственность продавца при оказании услуг
22. Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж профессиональных услуг и пути преодоления
23. Послепродажное обслуживание как вид профессиональных услуг.
24. Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание
25. Виды послепродажного обслуживания.
26. Типы клиентской лояльности.
27. Принципы эффективного управления лояльностью.
28. Способы формирования клиентской лояльности.
29. Программы клиентской лояльности при оказании профессиональных услуг.
30. Возражения покупателей услуги и их преодоление.
31. Формирование доверия клиентов к качеству услуг.

### **Примерные тестовые вопросы**

#### **Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции**

##### **МДК.04.01 E-COMMERCE**

#### **Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ДПК 1, ДПК 2.**

Для предотвращения воздействия компьютерных вирусов используется

- внедрение электронной цифровой подписи
- установка антивирусных программ
- инструктаж пользователей

-кодирование данных

Интернет представляет собой

- внутреннюю организацию компании на базе единой информационной сети
- совокупность соединенных между собой информационных серверов – компьютеров, на которых хранится различная информация, и самих пользователей этой информации
- программу, предназначенную для соединения двух сетей, использующих различные протоколы

Электронный бизнес – это

- любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей
- преобразование основных бизнес-процессов при помощи Интернет-технологий
- система управления коммерческой операцией, способная совершать необходимые действия без участия человека

К факторам внешней среды системы электронной коммерции относятся:

- государство, конкуренты, контрагенты и партнеры, географическое положение
- товары, услуги, информация
- финансовые институты, бизнес-организации

К функциям электронной коммерции относятся

- представление товара (показ продукции средствами Интернета)
- разработка классификаторов и стандартов электронного обмена данными
- проведение покупки (быстрые и безопасные расчеты, варианты доставки)
- налаживание долгосрочных отношений с клиентом (изучение предпочтений и вкусов)

Участниками систем электронной коммерции являются

- покупатели или потребители услуг
- сеть Интернет
- исследование рынка, выполнение заказов

Форма электронной коммерции B2C – это взаимодействие

- предприятие – предприятие
- предприятие – потребитель
- потребитель – потребитель
- потребитель – предприятие

Что такое HTML?

- язык разметки и форматирования гипертекста на Web-странице
- программа создания презентаций
- язык программирования C++
- текстовый процессор

Онлайновый каталог – это

- любые организации, взаимодействующие через Интернет
- это электронный каталог, который дает возможность покупателю использовать мощные поисковые средства Интернета и возможность сравнения товаров
- компания, предоставляющая услуги по организации систем электронной коммерции в виде сдачи в аренду аппаратно-программных комплексов для ведения коммерческой деятельности
- Интернет, позволяющее находить информацию по ключевым словам и фразам

Форма электронной коммерции C2C – это взаимодействие

- предприятие – предприятие
- предприятие – потребитель
- потребитель – потребитель
- потребитель – предприятие

Форма электронной коммерции C2B – это взаимодействие

- предприятие – предприятие
- предприятие – потребитель
- потребитель – потребитель
- +потребитель – предприятие

При несимметричном способе шифрования информация зашифровывается

- открытым ключом
- закрытым ключом
- может зашифровываться как открытым, так и закрытым ключом

Системы криптозащиты предназначены для

- ограничения доступа в сеть компании
- обеспечения секретности данных
- гарантии подлинности авторства информации

Интернет-аукционы могут быть примером модели

- B2C
- B2B
- C2C
- C2B

Торговые площадки могут быть примером модели

- B2C;
- B2B;
- C2C;
- C2B.

Маркетинг в сети Интернет – это

- технология совершения коммерческих операций и управления производственными процессами с применением электронных средств обмена данными
- комплекс мер по изучению спроса и предложения на рынке товаров и услуг с последующим продвижением и рекламированием их через Интернет
- метод использования компьютерных технологий для получения точной своевременной информации с целью совершенствования процесса принятия решений

Изучение конкурентов позволяет

- определить сегмент рынка
- оценить стратегию продаж потенциальных конкурентов
- изучить бизнес, отметить сильные и слабые стороны

Размещение рекламы с помощью поисковых систем и каталогов может быть

- платным
- бесплатным
- и тем, и другим

При выборе сайтов для размещения рекламы нужно учитывать

- популярность, широту аудитории, авторитетность, тематику, наличие сайтов-конкурентов
- прогноз объема продаж вашей фирмы
- место размещения (раздел, страницу)
- ценовую модель

Дискуссионные листы и конференции – это

- инструменты маркетинга по электронной почте
- вид рейтинга
- элемент поисковой системы

Интернет-банкинг является

- предоставление банковских услуг через Интернет, когда клиент получает возможность электронного управления своими счетами
- услуги по оперированию на валютном и фондовом рынках
- формирование инвестиционного портфеля и управление активами
- оперативное получение необходимой информации (котировки, анализ, прогнозы) в любой точке земного шара

Электронное оформление страховых полисов называется

- Интернет-оформлением
- Интернет-консалтингом
- транзакцией
- Интернет-страхованием

К рискам электронной коммерции относятся:

- воздействие компьютерных вирусов
- перехват данных
- невысокая ценность коммерческой информации
- неправильная идентификация пользователей

К электронной коммерции относятся

- электронная почта
- реклама
- хостинг
- любые сайты

Хостинг - это:

- разработка структуры сайта
- регистрация сайта
- размещение сайта на сервере
- верно всё перечисленное

Спам - это:

- незапрашиваемая информация, которая рассылается в массовом порядке по электронной почте
- незаконная реклама
- самая эффективная реклама

К электронной коммерции не относятся:

- доска объявлений (виртуальная)
- Интернет-аукционы
- Интернет-магазины
- всё вышеперечисленное относится к электронной коммерции

Как реализуется реклама в Интернете?

- баннер
- Интернет-магазин
- спам
- всё вышеперечисленное верно

В последнее время для расчёта через Интернет стали использовать:

- кредитные карты
- цифровые деньги
- наличные
- специальные чеки

Как называется распространение товаров и услуг по средствам сети Интернет?

- коррупция
- электронная коммерция
- хостинг

Что такое баннер?

- рекламный заголовок
- небольшая прямоугольная картинка, на которой размещена реклама продукта
- верного ответа нет

Какими могут быть баннеры?

- линейными
- статическими
- графическими
- динамическими

Что такое виртуальная доска объявлений?

- вид электронной торговли
- форма хостинга

Верны ли утверждения?

Рекламный бизнес - реклама как вид бизнеса основана на предоставлении места на страницах вашего сайта для размещения платных ссылок на Web-сайт заказчика

Интернет-банкинг позволяет пользователям Интернета управлять своим банковским счетом через Интернет

- да
- нет

Электронная коммерция – это:

- установление контакта между потенциальным заказчиком и поставщиком, а также обмен коммерческой информацией
- наука, систематизирующая приемы создания, хранения, воспроизведения, обработки и передачи данных средствами вычислительной техники

- совокупность сведений, которая воспринимается из окружающей среды, выдается в окружающую среду или сохраняется внутри определенной системы
- любые формы деловой сделки, которая проводится с помощью информационных сетей

Какой год принято считать официальной датой рождения Интернета?

- 1983
- 1990
- 1977
- 2001

**Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке**  
**МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»**  
**Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ДПК 1, ДПК 2.**

«Управляемая эволюция потребителя» включает следующие этапы (выберите несколько)

- побуждение к первой покупке
- побуждение к повторным покупкам
- побуждение к отказу от покупки
- побуждение к обдумыванию покупки

Источник неопределенности деловой среды профессиональных услуг (выберите несколько)

- сложность
- динамичность
- турбулентность
- стабильность

Особенностями спроса на услуги является

- спрос на услуги не может удовлетворяться вне процесса их предоставления
- удовлетворение спроса на услуги, то есть продажа последних – это продажа определенного товара, имеющего предметно-материальную форму
- спрос на услуги представляет собой спрос на конкретную потребительную стоимость в определенное время, в конкретном месте или направлении
- спрос на услуги возникает непосредственно одновременно с приобретением, какого-либо товара, использование и обслуживание которого потребует в будущем потребления конкретных услуг определенного объема

Метод ценообразования на основе полных издержек в процессе продажи услуг можно рекомендовать в следующих случаях

- в условиях полной конкуренции на данном рынке
- при продаже государственных и муниципальных услуг
- при продаже услуг государственных и муниципальных учреждений
- при наличии у фирмы определенной монопольной власти, когда она имеет возможность диктовать цену на рынке

Специфической продукцией нематериальной сферы являются\_\_\_\_\_. Вставьте пропущенное слово

Обусловленность полезного эффекта деятельности взаимодействием субъекта и объекта труда характерна для сферы производства и продаж\_\_\_\_\_. Вставьте пропущенное слово



Основное требование к современному менеджеру по продаже услуг заключается в осведомленности о содержании, потребительских свойствах \_\_\_\_\_ и технологии их производства. Вставьте пропущенное слово

Основное требование к современному менеджеру по продаже услуг заключается в способности и готовности вступать в \_\_\_\_\_ с клиентом в удобное для клиента время и в удобном для клиента месте. Вставьте пропущенное слово

Для малых компаний осуществляющих продажи услуг макросреда имеет \_\_\_\_\_ степень значимости в краткосрочном периоде

Маркетинговая разработка новой услуги включает \_\_\_\_\_ потребителей

Правила обработки возражений предполагают, что никогда нельзя \_\_\_\_\_ с клиентом. Вставьте пропущенное слово

Правила обработки возражений предполагают, что никогда нельзя \_\_\_\_\_ клиента. Вставьте пропущенное слово

Установите принцип взаимодействия менеджера по продажам услуг с корпоративным потребителем, при котором менеджер в крупные компании должен звонить в 4 раза чаще, чем в мелкие, а в средние - в 2 раза чаще

В ответ на предложение покупки услуги клиент отвечает: "Нас ничего не интересует". Определите вид сопротивления клиента

В ответ на предложение покупки услуги клиент отвечает: "Это для меня слишком дорого" Определите вид сопротивления клиента

Определите тип стратегии продаж, которая предполагает навязывание услуги потребителю

Какой социальный эффект создается для потребителей при построении с ним индивидуальных коммуникаций?

При построении индивидуальных коммуникаций с потребителем, основным экономическим эффектом для потребителя будет снижение

Производитель профессиональных услуг предоставил информацию потребителю о реальных отзывах клиентов, сотрудничестве с особо требовательными заказчиками, доле повторных заказов; доле обратившихся по рекомендации. Определите, на какую оценку качества услуг нацелена эта информация?

Производитель профессиональных услуг предоставил информацию потребителю о средней продолжительности сотрудничества с клиентом, наградах на конкурсах; периодическом привлечении независимых экспертов. Определите, на какую оценку качества услуг нацелена эта информация?

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая осведомленность об услуге характерна для уровня воздействия

-познавательного

-эмоционального

- поведенческого
- развлекательного

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая готовность совершить покупку услуги характерна для уровня воздействия

- познавательного
- эмоционального
- поведенческого
- развлекательного

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая предпочтение в приобретении услуги характерна для уровня воздействия

- познавательного
- эмоционального
- поведенческого
- развлекательного

Стратегиями продвижения услуг выступают (выберите несколько)

- стратегия «проталкивания»
- стратегия стабилизации
- стратегия «выталкивания»
- стратегия фиксирования состояния
- стратегия «притягивания»

#### Критерии и шкала оценивания (устный опрос)

Оценка			
«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»
Тема раскрыта в полном объеме, высказывания связанные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры. Ответы даны в полном объеме.	Тема раскрыта не в полном объеме, высказывания в основном связанные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры. Ответы на вопросы даны не в полном объеме.	Тема раскрыта недостаточно, высказывания несвязанные и нелогичные. Научная лексика не использована, не приведены примеры. Ответы на вопросы зависят от помощи со стороны преподавателя.	Тема не раскрыта. Логика изложения, примеры, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.

#### Критерии и шкала оценивания (доклады)

Оценка	Критерии оценки доклада/доклада
«отлично»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соблюдение формальных требований к докладу</li> <li>2. Грамотное и полное раскрытие темы;</li> <li>3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается).</li> <li>4. Умение работать с учебной, профессиональной литературой.</li> <li>5. Умение работать с периодической литературой.</li> </ol>

	<p>6. Умение обобщать, делать выводы.</p> <p>7. Умение оформлять библиографический список к докладу в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.1.-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</p> <p>8. Соблюдение требований к оформлению доклада.</p> <p>9. Умение кратко изложить основные положения доклада при его защите.</p> <p>10. Иллюстрация защиты доклада презентацией.</p>
<b>«хорошо»</b>	<p>1. Соблюдение формальных требований к докладу</p> <p>2. Грамотное и полное раскрытие темы;</p> <p>3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается).</p> <p>4. Умение работать с учебной, профессиональной литературой.</p> <p>5. Умение работать с периодической литературой.</p> <p>6. Не полно обобщен и сделан вывод.</p> <p>7. Не точно оформлен библиографический список к докладу в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.1.- 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</p> <p>8. Не полно соблюдены требования к оформлению доклада.</p> <p>9. Не четко сформированы краткие основные положения доклада при его защите.</p> <p>10. Иллюстрация защиты доклада презентацией.</p>
<b>«удовлетворительно»</b>	<p>1. Соблюдение формальных требований к докладу</p> <p>2. Грамотное и полное раскрытие темы;</p> <p>3. Самостоятельность в работе над докладом (использование докладов из сети Интернет запрещается).</p> <p>4. Не полно изучены учебная, профессиональная литература.</p> <p>5. Не полно изучена периодическая литература.</p> <p>6. Не обобщены и не конкретизированы выводы.</p> <p>7. Не точно оформлен библиографический список к докладу в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.1.- 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».</p> <p>8. Не соблюдены требования к оформлению доклада.</p> <p>9. Не четко сформированы краткие основные положения доклада при его защите.</p> <p>10. Иллюстрация защиты доклада презентацией отсутствует</p>
<b>«неудовлетворительно»</b>	Не представил доклад по соответствующим критериям оценивания

#### Критерии и шкала оценивания (тестирование)

Число правильных ответов	Оценка
90-100% правильных ответов	Оценка «отлично»

70-89% правильных ответов	Оценка «хорошо»
51-69% правильных ответов	Оценка «удовлетворительно»
Менее 50% правильных ответов	Оценка «неудовлетворительно»

#### **7.4.2. Комплект оценочных средств для промежуточной аттестации Примерные вопросы к экзамену**

##### **Раздел 1. Организационные составляющие электронной коммерции МДК.04.01 E-COMMERCE**

**Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ДПК 1, ДПК 2.**

1. Понятие и значение электронной коммерции в современном бизнесе
2. Цикл e-commerce
3. Сфера применения электронной коммерции
4. Основные категории электронной коммерции
5. Цели и концепции e-commerce
6. Основные виды сетевого бизнеса
7. Интернет и его ресурсы
8. Характерные особенности Интернет
9. Службы Интернет
10. Основные принципы и этапы организации бизнеса в электронной коммерции
11. Компоненты бизнес-решений в сфере электронного бизнеса
12. Маркетинговые вопросы в e-commerce
13. Особенности комплекса маркетинга в e-commerce
14. Веб-сайт и его разновидности
15. Процесс создание сайта
16. Продвижение сайта в сети
17. Электронная коммерция на потребительском рынке
18. Электронная коммерция в системе «бизнес-бизнес»
19. Электронная коммерция на рынке промежуточных продавцов
20. Сущность торговых систем в ЭК и их виды.
21. Электронные торговые площадки.
22. Основные модели организации электронных торговых площадок
23. Понятие и виды электронных магазинов
24. Организация деятельности электронного магазина
25. Обслуживание электронного магазина
26. Сущность электронных платежей и свойства электронных транзакций
27. Средства платежа в e-commerce
28. Дебетные платежные системы
29. Кредитные платежные системы
30. Российские платежные системы
31. Понятие экономической эффективности систем электронной коммерции
32. Показатели эффективности создания e-commerce
33. Оценка эффективности текущих результатов деятельности
34. Оценка эффективности конечных результатов деятельности

##### **Примерные вопросы для диф.зачета**

**Раздел 2. Продажа и продвижение продуктов и услуг на потребительском рынке  
МДК.04.02 Выполнение работ по должности «Агент коммерческий»**

**Формируемые компетенции – ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ДПК 1, ДПК 2.**

Активные продажи услуг, товаров  
Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах (на примере различных услуг)  
Организация работы с претензиями клиентов  
Телефонные продажи (телемаркетинг)  
Реклама услуг и ее особенности  
Оценка удовлетворенности клиента приобретенными услугами  
Мотивы потребления услуг.  
Методики исследования потребительского поведения.  
Факторы потребительского поведения.  
Технология продаж SPIN (СПИН)  
Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»  
Ассортиментная политика предприятий сферы услуг и ее влияние на продажи  
Модели поведения потребителей на рынке услуг.  
Оценка эффективности продаж профессиональных услуг  
Должностные обязанности и права менеджера по продаже различных видов услуг.  
Требования к должности  
Принципы качественного обслуживания клиента при оказании профессиональных услуг  
Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности  
Экстерьер и интерьер предприятий сферы услуг как элемент влияния на имидж предприятия  
Методы стимулирования продаж профессиональных услуг  
Методы взаимодействия с клиентами в сфере услуг  
Ответственность продавца при оказании услуг  
Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж профессиональных услуг и пути преодоления  
Послепродажное обслуживание как вид профессиональных услуг.  
Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание  
Виды послепродажного обслуживания.  
Типы клиентской лояльности.  
Принципы эффективного управления лояльностью.  
Способы формирования клиентской лояльности.  
Программы клиентской лояльности при оказании профессиональных услуг.  
Возражения покупателей услуги и их преодоление.  
Формирование доверия клиентов к качеству услуг.  
Нормативная документация необходимая при заключении акта продаж

**Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценки (экзамен)**

<b>Отлично</b>	<b>Хорошо</b>	<b>Удовлетворительно</b>	<b>Неудовлетворительно</b>
1. Полно раскрыто содержание вопросов билета;	1. Ответ удовлетворяет в основном	1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание	1. Содержание материала не раскрыто. 2. Ошибки в

<p>2. Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология;</p> <p>3. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;</p> <p>4. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность умений и знаний;</p> <p>5. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов.</p>	<p>требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки:</p> <p>2. В изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;</p> <p>3. Допущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора;</p> <p>4. Допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора.</p>	<p>материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала.</p> <p>2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</p> <p>3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний.</p>	<p>определении понятий, не использовалась терминология в ответе.</p>
--	--	---	--

### Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации

#### Шкала и критерии оценки (дифференцированный зачет)

Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
<p>Полно раскрыто содержание вопросов билета;</p> <p>Материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, правильно используется терминология;</p> <p>Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации;</p> <p>Продемонстрировано усвоение ранее</p>	<p>Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки:</p> <p>В изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа;</p> <p>Допущены один - два недочета при освещении основного</p>	<p>Неполно или не последовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала.</p> <p>Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов;</p> <p>При неполном знании</p>	<p>Содержание материала не раскрыто.</p> <p>Ошибки в определении понятий, не использовалась терминология в ответе.</p>

<p>изученных сопутствующих вопросов, сформированность умений и знаний; Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов.</p>	<p>содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора; Допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора.</p>	<p>теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний.</p>	
--	---	--	--