

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
«САРАТОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОФЕССИЙ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор ЧПОУ «Саратовский  
колледж инновационных профессий»

\_\_\_\_\_ В.В. Степанова  
регистрационный номер \_\_\_\_\_

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА-  
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ**

**МЕНЕДЖЕР ПО МАРКЕТИНГУ И УПРАВЛЕНИЮ ПРОДАЖАМИ**

г. Саратов, 2024 г.

## **Дополнительная профессиональная программа-программа профессиональной переподготовки Менеджер по маркетингу и управлению продажами.**

Составлено и разработано на основе профессионального стандарта «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ № 679н от 29.09.2020 г.).

### **1. Цели реализации программы**

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки направлена на совершенствование и (или) получение новой компетенции для осуществления планирования и реализации маркетинговой деятельности в бизнес-организации, взаимодействия службы маркетинга и службы продаж, планирования и организации продаж, практического осуществления продаж на различных типах рынков с получением права на ведение нового вида профессиональной деятельности в сфере «Маркетинг и управление продажами».

### **2. Требования к результатам обучения. Планируемые результаты обучения**

#### **2.1. Характеристика нового вида профессиональной деятельности, трудовых функций и (или) уровней квалификации**

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки направлена на совершенствование и (или) формирование у слушателей новой компетенции «Менеджер по маркетингу и управлению продажами».

<b>№ п/п</b>	<b>Содержание совершенствуемой или вновь формируемой компетенции (профессии)</b>
1	Анализировать рынок и проводить маркетинговые исследования
2	Разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по продвижению на рынок товаров и услуг
3	Внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации
4	Создавать оптимальные каналы продаж
5	Использовать передовые информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов и проведения продаж
6	Понимать психологию клиентов
7	Владеть техникой проведения телефонных звонков, переписки, встреч, презентаций и переговоров с клиентами
8	Создавать и руководить отделами маркетинга и продаж

Программа разработана в соответствии с профессиональным стандартом «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ № 679н от 29.09.2020 г.).

К освоению программы допускаются лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование. Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Минздрава России.

Рабочие места, которые возможно занять по итогам обучения по программе (трудоустройство на вакансии в организации, самозанятость, работа в качестве индивидуального предпринимателя): самозанятый, трудоустройство на следующие вакансии: индивидуальный предприниматель, менеджер по продажам, менеджер по маркетингу.

Программа рекомендуется к освоению лицами, имеющими среднее профессиональное и (или) высшее образование по профессиям/специальностям/направлениям подготовки: в сфере системного администрирования, а также в сфере информационно-коммуникационных технологий.

Программа рекомендуется к освоению лицами, имеющими квалификацию и/или опыт профессиональной деятельности в сфере маркетинга и управления продажами.

## **2.2 Требования к результатам освоения программы**

В результате освоения дополнительной профессиональной программы у слушателя должны быть сформированы компетенции, в соответствии с разделом 2.1. программы.

В результате освоения программы слушатель должен

### ***знать:***

- методы проведения маркетинговых исследований;
- маркетинговые программы по продвижению на рынок товаров и услуг;
- информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов;
- психологию поведения клиентов;
- технику проведения телефонных звонков, переговоров с клиентами;
- основы налоговой и законодательной базы для самозанятых людей;
- методы и способы продвижения и самопрезентации на рынке труда;
- основы налоговой и законодательной базы для самозанятых людей;

### ***уметь:***

- анализировать рынок и проводить маркетинговые исследования;
- разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по продвижению на рынок товаров и услуг;
- внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации;
- создавать оптимальные каналы продаж;
- использовать передовые информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов и проведения продаж;
- понимать психологию поведения клиентов;
- владеть техникой проведения телефонных звонков, переписки, встреч, презентаций и переговоров с клиентами;
- планировать и проводить эффективные продажи;
- создавать и руководить отделами маркетинга и продаж;
- строить эффективную работу отдела продаж.

## **3. Содержание программы**

Категория слушателей: лица, имеющие или получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Трудоемкость обучения: 256 академических часа.

Форма обучения: очно-заочная с применением дистанционных образовательных технологий.

### 3.1. Учебный план

№	Наименование модулей	Всего, ак. час.	В том числе			Форма контроля
			лекции	практические занятия	самостоятельная работа	
1.	Модуль 1. Анализ рынка и проведение маркетинговых исследований	36	4	6	26	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
2.	Модуль 2. Разработка и реализация комплекса маркетинга-маркетинговых программ	36	10	6	20	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
3.	Модуль 3. Управление маркетинговой деятельностью организации	36	4	6	26	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
4.	Модуль 4. Продажи, их виды и особенности	36	6	6	24	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
5.	Модуль 5. Практика продаж на различных этапах	36	6	6	24	дифференцированный зачет методом выполнения практического задания
6.	Модуль 6. Клиентский опыт в продажах	36	6	6	24	дифференцированный

						зачет методом выполнения практическ ого задания
7.	Модуль 7. Организация работы подразделения продаж	36	8	4	24	дифференц ированный зачет методом выполнения практическ ого задания
8.	Итоговая аттестация:	6				экзамен
	<b>ИТОГО:</b>	<b>256</b>	<b>42</b>	<b>39</b>	<b>175</b>	

### 3.2. Учебно-тематический план

№	Наименование модулей	Всего, ак. час.	В том числе			Форма контрол я
			лекци и	практ ическ ие занят ия	самостоя тельная работа	
<b>1.</b>	<b>Модуль 1. Анализ рынка и проведение маркетинговых исследований</b>	<b>36</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	дифференц ированный зачет
1.1	Методы проведения маркетинговых исследований. Анализ рынка.	36	4	6	26	методом выполнения практическ ого задания
<b>2.</b>	<b>Модуль 2. Разработка и реализация комплекса маркетинга-маркетинговых программ</b>	<b>36</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>20</b>	дифференц ированный зачет методом
2.1	Маркетинг. Маркетинговые программы. Разработка маркетинговых программ. Реализация маркетинговых программ	36	10	6	20	выполнения практическ ого задания
<b>3.</b>	<b>Модуль 3. Управление маркетинговой деятельностью организации</b>	<b>36</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>26</b>	дифференц ированный зачет
3.1	Система маркетинговых коммуникаций в организации	36	4	6	26	методом выполнения практическ ого задания

<b>4.</b>	<b>Модуль 4. Продажи, их виды и особенности</b>	<b>36</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	дифференцированный зачет
4.1.	Продажи, их виды и особенности. Каналы продаж. Информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов и проведения продаж.	36	6	6	24	методом выполнения практического задания
<b>5.</b>	<b>Модуль 5. Практика продаж на различных этапах</b>	<b>36</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	дифференцированный зачет
5.1.	Методы эффективных продаж. Практика продаж на различных этапах	36	6	6	24	методом выполнения практического задания
<b>6.</b>	<b>Модуль 6. Клиентский опыт в продажах</b>	<b>36</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>24</b>	дифференцированный зачет
6.1.	Техника проведения телефонных звонков, переписки, встреч, презентаций, переговоры с клиентами. Психология поведения клиентов.	36	6	6	24	методом выполнения практического задания
<b>7.</b>	<b>Модуль 7. Организация работы подразделения продаж</b>	<b>36</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	дифференцированный зачет
7.1.	Создание отдела маркетинга и продаж. Технологии эффективности работы отдела продаж.	36	8	4	24	методом выполнения практического задания
<b>8.</b>	<b>Итоговая аттестация</b>	<b>6</b>			<b>6</b>	экзамен
	<b>ИТОГО:</b>	<b>256</b>	<b>44</b>	<b>40</b>	<b>172</b>	

### 3.3. Учебная программа

#### Модуль 1. Анализ рынка и проведение маркетинговых исследований

##### Тема 1.1. Методы проведения маркетинговых исследований. Анализ рынка.

*Лекция:* Экскурс в историю дизайна и его направления. Профессия Менеджер по маркетингу и управлению. Понятие о компетенции. Техническое описание компетенции. Профессиональный стандарт по профессии «Менеджер по продажам информационно-коммуникационных систем» (Индустриальный стандарт профессии, техническое задание, инфраструктура, оборудование рабочих мест, основные термины).

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

*Лекция:* Методы маркетинговых исследований. Анализ рынка.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Практическое занятие. Маркетинг.

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. Маркетинг.

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие. Анализ рынка.

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями;
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

**Модуль 2. Разработка и реализация комплекса маркетинга-маркетинговых программ**

**Тема 2.1. Маркетинг. Маркетинговые программы. Разработка маркетинговых программ. Реализация маркетинговых программ.**

Лекция: Маркетинг. Маркетинговые программы.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Маркетинговые программы. Разработка маркетинговых программ.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Маркетинговые программы. Реализация маркетинговых программ.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

Лекция: Маркетинговые программы. Реализация маркетинговых программ.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

*Лекция:* Маркетинговые программы. Реализация маркетинговых программ.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала;
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте

*Практическое занятие (Маркетинговые программы: разработка).*

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

*Практическое занятие (Маркетинговые программы: реализация).*

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

*Практическое занятие (Маркетинговые программы: реализация).*

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

### **Модуль 3. Управление маркетинговой деятельностью организации.**

#### ***Тема 3.1. Система маркетинговых коммуникаций в организации.***

*Лекция:* Система маркетинговых коммуникаций в организации. Управление маркетинговой деятельностью.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

*Лекция:* Система маркетинговых коммуникаций в организации. Управление маркетинговой деятельностью.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.



- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Практическое занятие (Маркетинговые коммуникации).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (Маркетинговые коммуникации).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (Маркетинговые коммуникации).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями
- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

обратная связь по результатам проверки практической работы.

**Модуль 4. Продажи, их виды и особенности.**

***Тема 4.1. Продажи, их виды и особенности. Каналы продаж. Информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов и проведения продаж.***

Лекция: Продажи, их виды и особенности. Каналы продаж.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов. Проведение продаж.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Информационно-коммуникационные технологии и средства связи для поиска клиентов. Проведение продаж.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Практическое занятие (каналы продаж).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (каналы продаж).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (информационное сопровождение).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

**Модуль 5. Практика продаж на различных этапах**

**Тема 5.1. Методы эффективных продаж. Практика продаж на различных этапах.**

Лекция: Продажи, их виды и особенности. Методы продаж.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;  
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Продажи, их виды и особенности. Методы продаж.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;  
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Практика продаж на различных этапах.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;  
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Практическое занятие (методы эффективных продаж).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по

использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (практика продаж).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (практика продаж).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

## **Модуль 6. Клиентский опыт в продажах.**

**Тема 6.1. Техника проведения телефонных звонков, переписки, встреч, презентаций, переговоры с клиентами. Психология поведения клиентов.**

Лекция: Техника проведения телефонных звонков.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;  
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Техника проведения презентаций и встреч, переговоров.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;  
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Психология поведения клиентов.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;  
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.

- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Практическое занятие (отработка техники проведения телефонных звонков).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (отработка техники проведения презентации, встреч).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (отработка психологии поведения клиентов).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

## **Модуль 7. Организация работы подразделения продаж**

### **Тема 7.1. Создание отдела маркетинга и продаж. Технологии эффективности работы отдела продаж.**

Лекция: Управление персоналом.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Структура и порядок создания отдела.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Технология эффективности отдела продаж.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Лекция: Технология эффективности отдела продаж.

*Деятельность слушателя:*

- прослушивание лекции и ответы на вопросы преподавателя;
- поиск ответов на вопросы по ходу прослушивания лекционного материала и выполнение задания на основе прослушанного материала.
- заполнение таблицы по указанным разделам в рукописном (разборчиво для чтения) или печатном варианте.

Практическое занятие (отработка методов управления персоналом).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Практическое занятие (отработка технологии эффективности отдела продаж).

*Деятельность слушателя:*

- выполнение практического задания в соответствии с пошаговыми инструкциями по использованию инструментов редактора:

- размещение работы в указанных папках;
- исправление ошибок после проверки работы преподавателем.

*Деятельность преподавателя:*

- обратная связь по результатам проверки практической работы.

Промежуточная аттестация. Экзамен по модулю. Выполнение практической работы.

### **3.4. Календарный учебный график (порядок освоения модулей)**

Период обучения (недели)*	Наименование модуля
1 неделя	<b>Модуль 1. Анализ рынка и проведение маркетинговых исследований</b>
2 неделя	<b>Модуль 2. Разработка и реализация комплекса маркетинга-маркетинговых программ</b>
3 неделя	<b>Модуль 3. Управление маркетинговой деятельностью организации</b>
4 неделя	<b>Модуль 4. Продажи, их виды и особенности</b>
5 неделя	<b>Модуль 5. Практика продаж на различных этапах</b>
5 неделя	<b>Модуль 5. Практика продаж на различных этапах</b>
6 неделя	<b>Модуль 6. Клиентский опыт в продажах</b>
7 неделя	<b>Модуль 6. Клиентский опыт в продажах</b>
8 неделя	<b>Модуль 7. Организация работы подразделения продаж</b>
Самостоятельная работа	172 ч.
	итоговая аттестация
*-Точный порядок реализации модулей (дисциплин) обучения определяется в расписании занятий.	

## **4. Организационно-педагогические условия реализации программы**

### **4.1. Материально-технические условия реализации программы**

Материально-техническое оснащение рабочих мест преподавателя программы и

слушателя программы отражено в Приложении 1 к программе.

#### **4.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение программы**

- техническое описание компетенции;
- комплект оценочной документации по компетенции;
- печатные раздаточные материалы для слушателей;
- учебные пособия, изданных по отдельным разделам программы;
- профильная литература;
- отраслевые и другие нормативные документы;
- электронные ресурсы: ресурсы мультимедиа (онлайн курсов), периодики, тестов на платформе PROФобразование (электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО «PROФобразование» <https://profspo.ru/>).

Перечень используемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

##### **Основные источники:**

- Константинов, В. И. Маркетинг : учебное пособие / В. И. Константинов. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-9729-1146-2. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/132790> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- Шамис, В. А. Основы маркетинга : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-1655-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/134193> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- Шамис, В. А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/124751> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/119290> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- Курс по управлению маркетингом / . — Новосибирск : Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 117 с. — ISBN 978-5-379-01833-7. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/65252> (дата обращения: 20.02.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
- Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/>

#### **4.3. Кадровые условия реализации программы**

Количество ППС (физических лиц), привлеченных для реализации программы – 1 чел.

К отдельным темам и занятиям по программе могут быть привлечены дополнительные преподаватели.

Данные ППС, привлеченных для реализации программы

№ п/п	ФИО	Должность, наименование организации
1.	Тихомолова Анна Владимировна	преподаватель маркетинга в ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова»

#### 4.4. Организация образовательного процесса

При реализации программы используются лекционные и практические занятия с применением дистанционных образовательных технологий.

Реализация программы осуществляется в синхронном формате (слушатели взаимодействуют друг с другом и с преподавателем в реальном времени): онлайн-вебинары.

Онлайн-вебинары проводятся с помощью облачной платформы для проведения онлайн видеоконференций и вебинаров.

Обучение проходит на Электронном ресурсе цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru>, где размещены учебные материалы, задания, инструкции к обучению, ссылки на информационные источники и интернет-ресурсы.

#### 5. Оценка качества освоения программы

Итоговая аттестация проводится в форме экзамена – выполнение итоговой практической работы.

Для итоговой аттестации используются разработанные преподавателями практические задания по компетенции. Баллы за выполнение заданий итоговой практической работы выставляются в соответствии с критериями оценивания. Перевод баллов в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» осуществляется в соответствии с таблицей:

Оценка	«2»	«3»	«4»	«5»
Количество набранных баллов в рамках ДЭ	0-7,99	8-15,9 9	16-27,99	28-50

#### 6. Составители программы

Частное профессиональное образовательное учреждение «Саратовский колледж инновационных профессий».