

1 Цель программы повышения квалификации

Целью программы повышения квалификации является совершенствование компетенций обучающегося, необходимых для профессиональной деятельности в рамках имеющейся квалификации.

2 Планируемые результаты обучения

Результаты обучения по программе повышения квалификации направлены на совершенствование ранее приобретенных компетенций обучающегося, необходимых для профессиональной деятельности, в рамках имеющейся квалификации.

Перечень компетенций обучающегося, планируемых к совершенствованию в результате освоения программы повышения квалификации:

- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);

- способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери (ПК-2);

- готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка (ПК-3);

- способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-4);

- готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13);

- способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14);

В результате освоения программы повышения квалификации обучающийся должен:

знать:

- способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

- способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;

уметь:

- организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;
- проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;

3 Учебный план

Срок освоения программы: 72 часа.

Форма обучения: заочная.

Порядок обучения: одновременно и непрерывно.

Программа повышения квалификации реализуется с применением дистанционных образовательных технологий.

№ п/п	Наименование модуля	Всего часов	В том числе				Самостоятельная работа	Форма контроля
			Виды учебных занятий и учебных работ			Самостоятельная работа		
			Лекции	Практическое (семинарские) занятия	Иные виды учебных занятий и учебных работ*			
1	Модуль «Введение в экологическую безопасность»	70	10	8	0	52	Промежуточная аттестация (зачет)	
Итоговая аттестация		2						
Итого:		72						

4 Календарный учебный график

	1 неделя	2 неделя
Модуль «Методы стимулирования продаж»	34	36
Итоговая аттестация	0	2

Примечание: неделя – период времени продолжительностью 7 дней.

5 Рабочие программы модулей

**Рабочая программа модуля
«Методы стимулирования продаж»**

№ п/п	Наименование тем модуля	Всего часов	В том числе			
			Виды учебных занятий и учебных работ			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические (семинарские) занятия	Иные виды учебных занятий и учебных работ	

1	Тема 1. Политика продаж в системе маркетингового комплекса.	12	2	1	0	9
2	Тема 2. Формы и методы стимулирования продаж.	14	2	1	0	11
3	Тема 3. Личные продажи и прямой маркетинг в стимулировании продаж (мотивация) персонала	14	2	2	0	10
4	Тема 4. Маркетинговые коммуникации в продвижении товаров и стимулировании продаж	16	2	2	0	12
5	Тема 5. Программы лояльности и планирование стимулирования продаж	14	2	2	0	10

6 Организационно-педагогические условия реализации программы повышения квалификации

6.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Для проведения лекционных занятий требуется аудитория, оснащенная компьютером с доступом к сети Интернет, видеопроектором, настенным экраном.

Для проведения практических (семинарских) занятий требуется аудитория, оснащенная компьютером с доступом к сети Интернет.

Для проведения итоговой аттестации требуется аудитория, оснащенная компьютером с доступом к сети Интернет.

6.2 Перечень учебно-методического и информационного обеспечения

1. Жданова Т.С. Ленивый маркетинг. Принципы пассивных продаж (2-е издание) [Электронный ресурс]/ Жданова Т.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 118 с.

2. Захарова Ю.А. Методы стимулирования сбыта [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Захарова Ю.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 120 с.

3. Семенцов А. Усиление отдела продаж [Электронный ресурс]: руководство по оценке эффективности и совершенствованию системы продаж. Монография/ Семенцов А.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Кабинетный ученый, Good Business, 2014.— 208 с.

4. Талдыкин В.П. Экономика отрасли [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Талдыкин В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2016.— 544 с.

5. Семенцов, А. Усиление отдела продаж [Электронный ресурс] : руководство по оценке эффективности и совершенствованию системы продаж.

Монография / А. Семенцов. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург : Кабинетный ученый, Good Business, 2014. — 208 с.

6. Голова, А. Г. Управление продажами [Электронный ресурс] : учебник / А. Г. Голова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2015. — 279 с.

6.3 Требования к кадровому обеспечению

Реализация программы повышения квалификации осуществляется педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

7 Формы аттестаций и оценочные материалы

Промежуточная аттестация обучающегося по каждому модулю осуществляется в виде зачета в форме тестирования. В ходе зачета обучающемуся предлагается ответить на 20 вопросов по тематике модуля. Обучающийся, давший верные ответы на 40% вопросов или более вопросов, получает оценку «Зачтено».

Итоговая аттестация обучающегося по программе повышения квалификации осуществляется в виде зачета в форме тестирования. К итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план. Итоговая аттестация считается успешно пройденной в случае если обучающийся имеет положительные оценки (не ниже 40 баллов) по всем разделам программы, выносимым на зачёт.

В случае успешного прохождения итоговой аттестации обучающемуся выдается документ о квалификации установленного образца – удостоверение о повышении квалификации.

В приложении к программе повышения квалификации приводятся примеры оценочных материалов для проведения промежуточных и итоговой аттестаций обучающегося.

8 Методические материалы по проведению итоговой аттестации

При планировании процедуры итоговой аттестации обучающихся целесообразно использовать соответствующие методические рекомендации Минобрнауки России (Письмо Минобрнауки России от 30 марта 2015 г. № АК-821/06 «О направлении методических рекомендаций по итоговой аттестации слушателей»).

9 Лист согласования программы повышения квалификации

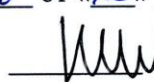
Разработчики программы повышения квалификации:

Толстухина Т.В., д.ю.н., проф., зав. каф. СЭиТД _____

Подпись

Программа рассмотрена и рекомендована к утверждению решением совета
Институтом права и управления, протокол № 6 от «12» 02 2019г.

Директор института _____



М.А. Берестнев

Согласовано с УМУ:

Начальник ОСУП

Подпись

Начальник УМУ

Подпись



Ю.В. Трофимова

А.В. Моржов

Программа планируется к реализации Интернет-институтом ТулГУ.

Согласовано:

Директор Интернет-института



Подпись

А.В. Сатаров

«21» 03 2019г.

Примеры оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации модуля «Методы стимулирования продаж»

1. Оценка будущего на основе прошлых данных с помощью математических и статистических методов анализа, называется:
 - а) количественные методы прогноза;
 - б) качественные методы прогноза.

2. Проекция данного временного ряда в будущее, применяемая для краткосрочных прогнозов:
 - а) экстраполяция тренда;
 - б) метод экспоненциального сглаживания;
 - в) прогнозы на основе индикаторов;
 - г) регрессионный анализ.

Примеры оценочных материалов для проведения итоговой аттестации

1. Метод определения направления и силы связи между независимыми и зависимыми переменными:
 - а) экстраполяция тренда;
 - б) метод экспоненциального сглаживания;
 - в) прогнозы на основе индикаторов;
 - г) регрессионный анализ.

2. Оценка хода развития процесса, мало зависящего от исследователя, на базе одной или многих предпосылок:
 - а) экстраполяция тренда;
 - б) метод экспоненциального сглаживания;
 - в) прогнозы на основе индикаторов;
 - г) регрессионный анализ.

3. Оценка, словесное формулирование будущего с помощью человеческих знаний и интуиции применяется в:
 - а) количественные методы прогноза;
 - б) качественные методы прогноза.

4. Форма опроса экспертов, при которой их анонимные ответы собирают в течение нескольких туров и через ознакомление с промежуточными результатами получают групповую оценку исследуемого процесса:
 - а) дельфи-метод;
 - б) метод сценариев;
 - в) использование кривых ЖЦТ.