

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ОмГПУ»)
Университетский колледж

УТВЕРЖДАЮ



Директор
Университетского колледжа

_____ М.А. Саньков

«20» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
по дисциплине ОП.13
«ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ»

для специальности
38.02.08 Торговое дело
форма обучения – очная

Рабочая программа составлена на основании ФГОС СПО 2023 г.
и рассмотрена на заседании П(Ц)К
«02» мая 2024 г. Протокол № 14-10/09
Председатель П(Ц)К

ОП

наименование П(Ц)К

_____ **Леденёва Оксана Сергеевна**

ФИО председателЯ

_____ (подпись)

2024 г.

Рабочая учебная программа по дисциплине «Психология продаж» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.08 Торговое дело (Приказ Министерства просвещения России от 19.07.2023 г № 548).

Организация-разработчик:

Университетский колледж Омского государственного педагогического университета.

Разработчик:

Осипенко О.И., ст. методист Университетского колледжа ОмГПУ.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ПСИХОЛОГИЯ ПРОДАЖ

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «Психология продаж» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 1.2	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none">– оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;– мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;– установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none">– применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;– осуществлять выбор поставщиков;– оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;– составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств;– создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none">–правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;–структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев;–поиска и методов отбора поставщиков;–методов и инструментов работы с базами больших данных;–требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота.

	<ul style="list-style-type: none"> – обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; <p>работать в единой информационной системе.</p>	
ПК 4.2	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров; – подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров; <p>использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать объемы собственных продаж; – устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; – использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; – формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; – планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и 	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров; – подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров; <p>использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать объемы собственных продаж; – устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; – использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; – формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; – планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и

	<p>вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки; – суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; – фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; – обеспечивать конфиденциальность полученной информации; <p>анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий</p>	<p>вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки; – суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; – фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; – обеспечивать конфиденциальность полученной информации; <p>анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий</p>
ПК 4.3	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; <p>мониторинг и контроль выполнения условий договоров.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; – подготавливать документацию для формирования заказа; – осуществлять мероприятия по размещению заказа; – следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; – принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; 	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципов и порядка ведения претензионной работы; – ассортимента товаров; – стандартов организации; – стандартов менеджмента качества; <p>гарантийной политики организации.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; – оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; – осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; – организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; – соблюдать конфиденциальность информации; – предоставлять клиенту достоверную информацию; – корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; – соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; – обеспечивать баланс интересов клиента и организации; обеспечивать соблюдение требований охраны 	
ПК 4.5	<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработки программ по повышению лояльности клиентов; – разработки мероприятий по стимулированию продаж; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; – разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; – разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; – анализировать и 	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методики позиционирования продукции организации на рынке; – методов сегментирования рынка; методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции.

	<p>систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;</p> <p>– анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;</p> <p>– анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;</p> <p>– вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;</p> <p>вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов.</p>	
ОК 01	<p>распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>составлять план действия;</p> <p>определять необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	<p>актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</p> <p>основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p>
ОК 02	<p>определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные</p>	<p>номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;</p> <p>приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств</p>

	цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 03	определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования	содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности
ОК 06	описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения	сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	32
в т.ч. в форме практической подготовки	14
в т. ч.:	
теоретическое обучение	16
практические занятия	14
<i>Самостоятельная работа¹</i>	-
Промежуточная аттестация: итоговая контрольная работа	2

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины Психология продаж

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2		4
Раздел 1. Психологические закономерности общения в торговле			
Тема 1.1. Культура, психология и психофизиология труда	Понятие культуры торговли. Основные показатели, определяющие культуру. Показатели уровня обслуживания. Труд. Понятие психологии труда. Факторы качества труда. Психофизиологические особенности. График работоспособности торгового работника. понятие о культуре, психологии и психофизиологии труда	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Тема 1.2. Закономерности общения в торговле	Торговые коммуникации. Профессионализм современного продавца. Психологические закономерности общения: Кратковременность общения. Обезличенность контактов. Низкий уровень взаимной значимости. Противоположная направленность интересов. Взаимное недоверие. Олицетворение культуры. Общение в силу обязанности. Трудовая экспертиза. Профессиография. Профессиограмма коммерсанта. психологические закономерности общения в торговле, особенности вербального и невербального общения	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
	Практическая работа 1: Вербальное и невербальное общение. Устанавливать контакт с партнерами по деловому общению, воспринимать и интерпретировать особенности невербального общения	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Раздел 2. Характеристика предпринимательства			
Тема 2.1. Психологический тип личности предпринимателя	Личностные характеристики предпринимателя. Группы предпринимателей. Предприимчивость. Предпринимательство. Типологические качества предпринимателя. Задачи предпринимателя. Факторы развития российской торговли. Традиции зарубежного предпринимательства. Японская и американская модели. характеристику предпринимательства и цели деятельности	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Тема 2.2. Цели деятельности предпринимателя	Деятельность предпринимателя. Цели менеджера. Требования к профессиональной деятельности. Профессиограмма менеджера по продажам. Общие и специальные качества. Реконструктивная деятельность. Организационная деятельность. Удостоверительная деятельность. Коммуникативная деятельность. Поисковая деятельность.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.

Раздел 3. Психологические особенности процесса покупки-продажи			
Тема 3.1. Типы покупателей, их потребности и мотивы	Покупатели. Тип личности покупателя. Поведение покупателя. Черты современного потребителя. Референтные группы. Влияние референтных групп на потребителя. Культура. Субкультура. Факторы, оказывающие влияние на совершение покупки. Типы потребителей по стратегии поведения. Личные потребители. Виды потребностей. Факторы, влияющие на потребителей. Типы потребителей по эмоциональной чувствительности. Постоянные и случайные покупатели. Характеристика покупателя-женщины и покупателя-мужчины. Типы покупателей по скорости реакции на товар-новинку. Типы покупателей по рациональности и способности к риску. типы современных покупателей, их мотивы	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
	Практическая работа 2: Определение типов покупателей и установление контакта. определять типы покупателей, их мотивы	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Тема 3.2. Психологические этапы процесса покупки и продажи	Процесс покупки. Мотивы покупателей. Структура процесса покупки. Социальные, личные ценности. Стиль жизни. Психография. Покупательская способность. Покупательская готовность. Реакция потребителя на покупку. Процесс продажи. Этапы процесса продажи. Тактика продавца. Методы продажи. Рекомендации продавцам. Этапы процесса покупки и продажи.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
	Практическая работа 3-4: Организация процесса продажи с учетом психологических особенностей покупателя. организовывать продажу товаров с учетом психологических особенностей покупателей.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Раздел 4. Профессиональная этика			
Тема 4.1. Категории профессиональной этики и профессиональное поведение коммерсанта	Этика. Профессиональная этика. Добро, зло, долг, совесть, честь, счастье, смысл жизни, принципы. Принципы профессиональной деятельности коммерсанта. Этика русского купечества. Поведение. Профессиональное поведение современного коммерсанта. Принципы профессионального поведения. Категории профессиональной этики. Принципы профессионального поведения.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Раздел 5. Психология конфликта в процессе продаж			
Тема 5.1. Конфликт, его составляющие, типы конфликтов	Понятие конфликта. Природа конфликта. Составляющие элементы конфликта. Структурная схема конфликта. Причины конфликтов. Типы конфликтов, их особенности. Факторы взаимодействия людей в конфликтной ситуации. Способы развития конфликтов в торговле. Возможные исходы конфликтов и способы их разрешения. Понятие конфликта, его составляющие. Причины, типы конфликтов и способы их разрешения.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
	Практическая работа5-6: Разрешение конфликтных ситуаций, разрешать	4	ОК 01, ОК 02,

	конфликтные ситуации		ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Раздел 6. Межличностные коммуникации в торговой деятельности			
Тема 6.1. Показатели качества торгового обслуживания	Торговое обслуживание. Качество обслуживания. Система показателей качества торгового обслуживания. Способы оценки показателей. Модели качества. Технологическая составляющая торгового обслуживания. Психологическая составляющая торгового обслуживания. Факторы, влияющие на развитие российской розничной торговли. Показатели качества торгового обслуживания.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Тема 6.2. Психологические барьеры и приемы формирования аттракции	Коммуникабельность. Общение. Культура общения. Психологические механизмы. Внушение. Психологическое заражение. Подражание. Убеждение. Принуждение. Виды общения. Структура общения. Психологические приемы формирования аттракции. Барьеры межличностных коммуникаций.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
	Практическая работа 7 Семинар « Психологическая подготовка продавца»	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 06, ОК 09.
Промежуточный контроль : итоговая контрольная работа		2	
	Аудиторные часы	30	
	Лекций	16	
	ПР	14	
	Всего по дисциплине	32	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Психологии», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол аудиторный	
2	Стол преподавателя	
3	Стул офисный	
Дополнительное оборудование		
1	Доска магнитно-меловая	
II Технические средства		
Основное оборудование		
1	Автоматизированное рабочее место преподавателя	
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы		
Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы		
Дополнительное оборудование		
Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы		
Тренировочные комплексы по профилю дисциплины.		

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организацией выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Меликян О.М. Поведение потребителей : учебник / Меликян О.М.. — Москва : Дашков и К, 2020. — 280 с. — ISBN 978-5-394-03521-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110974.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Исследование поведения потребителей : учебник / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова, М. В. Пономаренко. — Ставрополь : Секвойя, 2020. — 153 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121758.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины взаимосвязь общения и деятельности; цели, функции, виды и уровни общения; роли и ролевые ожидания в общении; виды социальных взаимодействий; механизмы взаимопонимания в общении; техники и приемы общения, правила слушания, ведения беседы, убеждения; этические принципы общения; источники, причины, виды и способы разрешения конфликтов; приемы саморегуляции в процессе общения.	<p>Знание взаимосвязи общения и деятельности; цели, функций, видов и уровней общения; ролей и ролевых ожиданий в общении; видов социальных взаимодействий; механизмов взаимопонимания в общении; техник и приемов общения, правил слушания, ведения беседы, убеждения; этических принципов общения; источников, причин, видов и способов разрешения конфликтов; приемов саморегуляции в процессе общения.</p> <p>Умение применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности; использовать приемы саморегуляции поведения в процессе межличностного общения</p>	<p>Экспертная оценка при выполнении тестирования (письменного).</p> <p>Экспертная оценка при проведении устного опроса.</p> <p>Экспертная оценка при выполнении ролей в деловых играх.</p> <p>Экспертная оценка при выполнении практических занятий.</p> <p>Экспертная оценка при выполнении самостоятельной работы</p>