
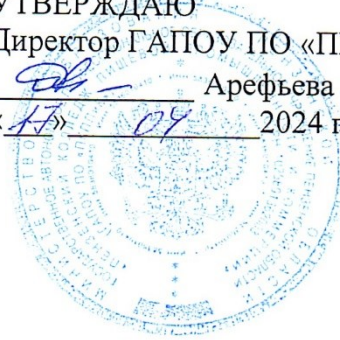




Министерство образования Пензенской области
Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение Пензенской области
«Пензенский колледж пищевой промышленности и коммерции»
/ГАПОУ ПО «ПКППиК»/

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАПОУ ПО «ПКППиК»
 Арефьева Е.В.
«17» 04 2024 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и
координация работы с клиентами

Название дисциплины

ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

по специальности

38.02.08 Торговое дело

Код, название специальности

2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Министерства образования и науки РФ от 19 июля 2023 г. № 548 с учетом примерной программы.

Организация-разработчик:

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Пензенской области «Пензенский колледж пищевой промышленности и коммерции» (ГАПОУ ПО «ПКППиК»).

Разработчики:

Сударикова Вера Владимировна, преподаватель ГАПОУ ПО «ПКППиК».

Рассмотрена на заседании методической комиссии преподавателей профессионального цикла и мастеров производственного обучения (протокол № 15 от 10 апреля 2024 г.) и утверждена решением педагогического совета Государственного автономного образовательного учреждения среднего профессионального образования Пензенской области «Пензенский колледж пищевой промышленности и коммерции» (протокол № 5 от 17 апреля 2024 г.).

СОДЕРЖАНИЕ

	<i>стр</i>
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
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 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

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 3.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
--------	--

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
	поиска и выявления потенциальных клиентов;
	формирования и актуализации клиентской базы;
	проведения мониторинга деятельности конкурентов;
	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;
	использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;
	сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
	мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
	анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
	выполнения запланированных показателей по объему продаж;
	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;
контроля состояния товарных запасов;	
анализа выполнения плана продаж;	
информационно-справочного консультирования клиентов;	
контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;	
обеспечения соблюдения стандартов организации.	
Уметь	работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
	вести и актуализировать базу данных клиентов;
	формировать отчетную документацию по клиентской базе;
	анализировать деятельность конкурентов;
	определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
	планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
	вести реестр реквизитов клиентов;
	использовать программные продукты;

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 вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
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;
анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
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;
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;
разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
планировать работу по выполнению плана продаж;
анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
анализировать возможности увеличения объемов продаж;
планировать и контролировать поступление денежных средств;

	обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
	применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
	планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
	планировать объемы собственных продаж;
	оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
	разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
	разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
	анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
	анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
	анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
	вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
	вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
	анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
	обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
	анализировать оборачиваемость складских остатков;
	составлять отчетную документацию по продажам;
	разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
	инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
	инициативно вести диалог с клиентом;
	резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
	определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
	разрабатывать рекомендации для клиента;
	собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
	анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;
	проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
	вести деловую переписку с клиентами и партнерами;
	использовать программные продукты.
Знать	методики выявления потребностей клиентов;
	методики выявления потребностей;
	технику продаж;
	методики проведения презентаций;
	потребительские свойства товаров;
	требования и стандарты производителя;
	принципы и порядок ведения претензионной работы;
	ассортимент товаров;
	стандарты организации;
	стандарты менеджмента качества;
	гарантийную политику организации;
	специализированные программные продукты;
	методики позиционирования продукции организации на рынке;

	методы сегментирования рынка;
	методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;
	инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
	Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;
	Основы организации послепродажного обслуживания.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов - 216

в том числе в форме практической подготовки - 72

Из них на освоение МДК – 122

в том числе самостоятельная работа -6

практики, в том числе учебная – 36

производственная – 36

Промежуточная аттестация: экзамен по МДК в 6 семестре; по учебной и производственной практике – дифференцированный зачет; экзамен по модулю в 6 семестре.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	–
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	МДК 04.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	126	122	82		4		-	-
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8	Учебная практика (по профилю специальности), часов	36						36	-
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36							36
	Консультации	6							
	Промежуточная аттестация	12							
	Всего:	216	122	82		4		36	36

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, курсовая работа (проект)	Объем в часах	Код компетенций
1	2	3	4
МДК 04.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			
Раздел 1. Координация работы с клиентами в процессе продажи товаров			
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	6	
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	2	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	2	ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	3. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	В том числе практических занятий	16	
	Практическое занятие 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	2	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	Практическое занятие 2. Расчет влияния деловой среды на уровни продаж	2	ПК 3.5; ПК 3.6;
	Практическое занятие 3. Составить схему, план проведения презентаций	2	ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 4. Подготовить презентацию - продажу товара, информацию товара, демонстрацию товара	2	
	Практическое занятие 5. Создать «банк вопросов» для выяснения потребностей покупателей различных товаров и услуг.	2	
	Практическое занятие 6. Составить «воронки продаж» для различных сфер бизнеса (коммерческой фирмы, торгового объекта)	2	
Самостоятельная работа	1		
Подготовить доклад на темы: « Основные критерии выбора CRM-системы», « Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России»	1		
Тема 1.2. Организация и	Содержание	6	
	1. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных	2	ПК 3.1; ПК 3.2;

осуществление преддоговорной работы	технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.		ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	2. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	3. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	2	
	В том числе практических занятий	12	
	Практическое занятие 7. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	Практическое занятие 8. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2	ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 9. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов	2	
	Практическое занятие 10. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2	
	Практическое занятие 11. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2	
	Практическое занятие 12. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых площадей относительно поведения клиентов.	2	
	Самостоятельная работа	1	
	Подготовить информацию по темам : Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»	1	
Тема 1.3. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа	Содержание	6	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования.	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы	2	ПК 3.1; ПК 3.2;
	3. Ключевые показатели эффективности продаж.	2	ПК 3.3; ПК 3.4;
	В том числе практических занятий	10	ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8

товаров и соблюдения стандартов организации	Практическое занятие 13. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2	
	Практическое занятие 14. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2	
	Практическое занятие 15. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2	
	Практическое занятие 16. Урегулирование спорных вопросов, претензий	2	
	Практическое занятие 17. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	2	
	Самостоятельная работа	1	
	Разработайте систему ключевых показателей эффективности для оценки работы сотрудников отдела продаж предприятия, занимающегося производством и реализацией товаров.	1	
Тема 1.4. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	1. Организация послепродажного обслуживания, как фактор повышения лояльности клиентов. Организация консультационно-информационное сопровождение клиентов	2	
	В том числе практических занятий	14	
	Практическое занятие 18. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров	2	
	Практическое занятие 19. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	2	
	Практическое занятие 20. Анализ плана послепродажного обслуживания клиента	2	
	Практическое занятие 21. Решение ситуационных задач	2	
	Практическое занятие 22. Используя правило «10:20:30», подготовьте и продемонстрируйте группе презентацию любого предмета, находящегося в аудитории.	2	
	Практическое занятие 23. Подготовьте презентацию используя шаблон «:60-секундная презентация»	2	
	Практическое занятие 24. Установление контактов с клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг	2	
	Самостоятельная работа	1	
Раскройте особенности использования различных приемов тактики рационального ведения деловых переговоров	1		
Раздел 2. Технология продаж потребительских товаров и услуг			
Тема 2.1. Организация и	Содержание	10	ПК 3.6; ПК 3.7,
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика	2	

осуществление продажи потребительских товаров	этапов продаж.		ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	2. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	2	
	3. Методики подготовки и проведения презентаций потребительских товаров	2	
	4. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине.	2	
	5. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы. Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров. Применение интернет вещей при организации точки продаж.	2	
	В том числе практических занятий	10	
	Практическое занятие 25. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продаж	2	
	Практическое занятие 26. Подготовка презентации товара для клиента с учетом его потребностей		
	Практическое занятие 27. Работа с возражениями клиента в процессе продаж товаров	2	
	Практическое занятие 28. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий	2	
	Практическое занятие 29. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2	
Самостоятельная работа	1		
Доклад на тему: Применение интернет вещей при организации точки продаж.	1		
Тема 2.2. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание	4	ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	2	
	2. Методы сегментирования рынка	2	
	В том числе практических занятий	8	
	Практическое занятие 30. Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия	2	
	Практическое занятие 31. Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации	2	
	Практическое занятие 32. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	2	
	Практическое занятие 33. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2	

Тема 2.3. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	2	
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов.	2	ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	В том числе практических занятий	6	ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	Практическое занятие 34. Составление отчетной документации по продажам	2	
	Практическое занятие 35. ABCXYZ-анализ текущей базы	2	
	Практическое занятие 36. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	2	
	Самостоятельная работа	1	
	Доклад на тему: Контроллинг в торговле	1	
Тема 2.4. Контроль состояния товарных запасов	Содержание	2	
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	2	ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	Практическое занятие 37. Товародвижение складских остатков и расчет их оборачиваемости	2	
	Практическое занятие 38. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2	
Тема 2.5 Организация послепродажного обслуживания	Содержание	2	
	1. Организация послепродажного обслуживания товаров и услуг	2	ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	В том числе практических занятий	6	ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	Практическое занятие 39. Разработка алгоритма послепродажного обслуживания товаров	2	
	Практическое занятие 40. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента по предоставленным услугам	2	
	Практическое занятие 41. Расчет конкурентоспособности и уровня удовлетворенности качеством предоставления услуг	2	ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Итого	122	
Учебная практика Виды работ Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. Определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. Методы и техника личных продаж. Управление отношениями с клиентами.		36	ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8

<p>Жизненный цикл клиента и его роль в повышении продаж. Оформление витрин и выставок. Разработка первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. Составление отчетной документации по продажам Анализ состояния складских остатков</p>		
<p>Производственная практика Виды работ Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания</p>	36	ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
Консультации	6	
Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю в 6 семестре	12	
Всего	216	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.2 образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации 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

2. 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>

3. 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>

4. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2

2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5

3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<p>ПК 3.1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий</p>	<p>Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений;</p> <p>Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных;</p> <p>Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.</p>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p>
<p>ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;</p>	<p>Разрабатывает алгоритм установления контактов;</p> <p>Формирует коммерческие предложения по продаже товаров;</p> <p>Информирует клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме;</p> <p>Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости;</p> <p>Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его</p>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и</p>

	<p>потребностей;</p> <p>Применяет приемы работы с возражениями клиента;</p> <p>Выбирает и обосновывает методы завершения сделки;</p> <p>Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.</p>	<p>приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
<p>ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов</p>	<p>Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</p> <p>Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту;</p> <p>Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.</p>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
<p>ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;</p>	<p>Планирует объемы собственных продаж;</p> <p>Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж;</p> <p>Анализирует выполнения плана продаж.</p>	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
<p>ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса</p>	<p>Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</p> <p>Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.</p>	<p>Экспертная 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.</p>
<p>ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов</p>	<p>Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов</p>	
<p>ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их</p>	<p>Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных;</p>	

составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	– на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	средствам профессионального сообщества.
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и	Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует	

<p>интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>процесс поиска;</p> <p>Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</p> <p>Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	
<p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</p> <p>В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.</p>	
<p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами;</p> <p>Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.</p>	
<p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</p> <p>Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</p> <p>Строит простые высказывания</p>	

	<p>о себе и о своей профессиональной деятельности;</p> <p>Кратко обосновывает и объясняет свои действия;</p> <p>Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	
--	---	--