

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Московский политехнический университет» (Московский Политех)

**Ивантеевский филиал  
Московского политехнического университета**

УТВЕРЖДАЮ  
Директор филиала

\_\_\_\_\_ Н.А. Барышникова

30 августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

для специальности среднего профессионального образования

38.02.08

*код специальности*

Торговое дело

2024 год

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.03. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.08 Торговое дело (утверждён приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. №548, зарегистрирован в Минюсте России 22.08.2023 рег.№ 74906);

**Организация-разработчик:** Ивантеевский филиал Московского политехнического университета

**Разработчик:** Т.Е. Трофимчук, преподаватель

**Рецензенты:** Кристина Александровна Савинцева, бизнес-партнер по персоналу кластера, ООО «Агроторг»

Одобрена цикловой комиссией  
Экономики и управления  
Протокол № 1 от 30 августа 2024 г.

Председатель Цикловой комиссии \_\_\_\_\_ Е.К. Лобашевская

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	16

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида деятельности (ВД) – *Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами* и соответствующих профессиональных компетенций (ПК).

### 1.2 Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

<b>Владеть навыками</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;</li><li>– поиска и выявления потенциальных клиентов;</li><li>– формирования и актуализации клиентской базы;</li><li>– проведения мониторинга деятельности конкурентов;</li><li>– определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;</li><li>– формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;</li><li>– информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;</li><li>– стимулирования клиентов на заключение сделки;</li><li>– взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;</li><li>– закрытия сделок;</li><li>– соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;</li><li>– использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;</li><li>– сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;</li><li>– мониторинг и контроль выполнения условий договоров;</li><li>– анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;</li><li>– выполнения запланированных показателей по объему продаж;</li><li>– разработки программ по повышению лояльности клиентов;</li><li>– разработки мероприятий по стимулированию продаж;</li><li>– информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</li><li>– участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;</li><li>– стимулирования клиентов на заключение сделки;</li><li>– контроля состояния товарных запасов;</li><li>– анализа выполнения плана продаж;</li><li>– информационно-справочного консультирования клиентов;</li><li>– контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;</li><li>– обеспечения соблюдения стандартов организации.</li></ul>
-------------------------	--

<p><b>Уметь</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;</li> <li>– вести и актуализировать базу данных клиентов;</li> <li>– формировать отчетную документацию по клиентской базе;</li> <li>– анализировать деятельность конкурентов;</li> <li>– определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</li> <li>– планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;</li> <li>– вести реестр реквизитов клиентов;</li> <li>– использовать программные продукты;</li> <li>– планировать объемы собственных продаж;</li> <li>– устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;</li> <li>– использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;</li> <li>– формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;</li> <li>– планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;</li> <li>– использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;</li> <li>– предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;</li> <li>– опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> <li>– работать с возражениями клиента;</li> <li>– применять техники по закрытию сделки;</li> <li>– суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;</li> <li>– фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;</li> <li>– обеспечивать конфиденциальность полученной информации;</li> <li>– анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;</li> <li>– оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;</li> <li>– подготавливать документацию для формирования заказа;</li> <li>– осуществлять мероприятия по размещению заказа;</li> <li>– следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;</li> <li>– принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;</li> <li>– осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;</li> <li>– оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;</li> <li>– осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;</li> <li>– организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;</li> <li>– соблюдать конфиденциальность информации;</li> <li>– предоставлять клиенту достоверную информацию;</li> <li>– корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;</li> <li>– соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;</li> <li>– обеспечивать баланс интересов клиента и организации;</li> <li>– обеспечивать соблюдение требований охраны;</li> </ul>
---------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;</li> <li>– собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;</li> <li>– планировать работу по выполнению плана продаж;</li> <li>– анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;</li> <li>– анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;</li> <li>– анализировать возможности увеличения объемов продаж;</li> <li>– планировать и контролировать поступление денежных средств;</li> <li>– обеспечивать наличие демонстрационной продукции;</li> <li>– применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;</li> <li>– планировать рабочее время для выполнения плана продаж;</li> <li>– планировать объемы собственных продаж;</li> <li>– оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;</li> <li>– разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;</li> <li>– разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;</li> <li>– анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;</li> <li>– анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;</li> <li>– анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;</li> <li>– вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;</li> <li>– вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;</li> <li>– анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;</li> <li>– обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;</li> <li>– анализировать оборачиваемость складских остатков;</li> <li>– составлять отчетную документацию по продажам;</li> <li>– разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;</li> <li>– инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;</li> <li>– инициативно вести диалог с клиентом;</li> <li>– резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;</li> <li>– определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</li> <li>– разрабатывать рекомендации для клиента;</li> <li>– собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> <li>– анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;</li> <li>– проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;</li> <li>– вести деловую переписку с клиентами и партнерами;</li> <li>– использовать программные продукты.</li> </ul>
<b>Знать</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– методики выявления потребностей клиентов;</li> <li>– методики выявления потребностей;</li> <li>– технику продаж;</li> <li>– методики проведения презентаций;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– потребительские свойства товаров;</li> <li>– требования и стандарты производителя;</li> <li>– принципы и порядок ведения претензионной работы;</li> <li>– ассортимент товаров;</li> <li>– стандарты организации;</li> <li>– стандарты менеджмента качества;</li> <li>– гарантийную политику организации;</li> <li>– специализированные программные продукты;</li> <li>– методики позиционирования продукции организации на рынке;</li> <li>– методы сегментирования рынка;</li> <li>– методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;</li> <li>– инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;</li> <li>– Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;</li> <li>– Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;</li> <li>– Основы организации послепродажного обслуживания.</li> </ul>
--	---

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами, в том числе общими компетенциями (ОК) и профессиональными компетенциями (ПК):

#### **Перечень общих компетенций**

<b>Код</b>	<b>Наименование общих компетенций</b>
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 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.

#### **Перечень профессиональных компетенций**

<b>Код</b>	<b>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</b>
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	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

### **1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося –	397 часов,
в том числе:	
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –	50 часов;
учебной практики –	72 часа;
производственной практики –	72 часа;
самостоятельной работы обучающегося –	197 часов;
промежуточная аттестация -	6 часов.



## 2. Структура и содержание профессионального модуля

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультации, часов		Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося				Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. 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	-	10	11
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.	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	247	50	20	-	197	-	-	-	-	-
	Учебная практика, часов	72							-	72	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72								72	
	Промежуточная аттестация	6							6	-	
	<b>Всего:</b>	<b>397</b>	<b>50</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>197</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>144</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов
1	2	3
<b>Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</b>		<b>247</b>
<b>МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</b>		<b>247</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка</b>		<b>50</b>
<b>Тема 1.1. Формирование клиентской базы</b>	<b>Содержание</b>	<b>28</b>
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	<b>10</b>
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	
	3. Пути формирования клиентской базы	
	4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	
	5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	
	<b>Практические занятия</b>	<b>18</b>
<b>Практическое занятие 1-4.</b> Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации		
<b>Практическое занятие 5-7.</b> Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.		
<b>Практическое занятие 8-9.</b> Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.		
<b>Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы</b>	<b>Содержание</b>	<b>18</b>
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	<b>16</b>
	2. 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»	
	3. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.	
4. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.		

	5.Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	
	6. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	
	7. 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.	
	8. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	<b>Практические занятия</b>	2
	<b>Практическое занятие 10.</b> Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	
<b>Тема 1.3. Организация и осуществление продаж потребительских товаров</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	
	2.Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	4
<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>		<b>197</b>
<b>Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы</b>	<b>Содержание</b>	<b>30</b>
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>Практическое занятие 11.</b> Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	
	<b>Практическое занятие 12-13.</b> Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	
	<b>Практическое занятие 14-15.</b> Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	
	<b>Практическое занятие 16-17.</b> Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	30
	<b>Практическое занятие 18-19.</b> Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	
	<b>Практическое занятие 20-21.</b> Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	
	<b>Практическое занятие 22-23.</b> Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	
<b>Практическое занятие 24-25.</b> Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов		
<b>Тема 1.3. Организация и осуществление продаж потребительских товаров</b>	<b>Содержание</b>	<b>30</b>
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	
	2.Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	14
	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	
	<b>Практические занятия</b>	
	<b>В том числе практических занятий</b>	16

	<b>Практическое занятие 26-27.</b> Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	
	<b>Практическое занятие 28-30.</b> Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	
	<b>Практическое занятие 31-33.</b> Работа с возражениями в процессе продажи товаров	
<b>Тема 1.4.</b> <b>Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации</b>	<b>Содержание</b>	<b>29</b>
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	13
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	
	<b>Практические занятия</b>	16
	<b>Практическое занятие 34-35.</b> Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	
	<b>Практическое занятие 36-37.</b> Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	
	<b>Практическое занятие 38-39.</b> Оказание содействия клиентам в процессе продажи	
	<b>Практическое занятие 40-41.</b> Урегулирование спорных вопросов, претензий	
<b>Тема 1.5.</b> <b>Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса</b>	<b>Содержание</b>	<b>40</b>
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	18
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3. Методы стимулирования продаж	
	<b>Практические занятия</b>	22
	<b>Практическое занятие 42-45.</b> Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	
	<b>Практическое занятие 46-49.</b> Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	
	<b>Практическое занятие 50-52.</b> Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	
<b>Тема 1.6.</b> <b>Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж</b>	<b>Содержание</b>	<b>38</b>
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	18
	<b>Практические занятия</b>	20
	<b>Практическое занятие 53-55.</b> Составление отчетной документации по продажам	
	<b>Практическое занятие 56-59.</b> ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	
	<b>Практическое занятие 60-62.</b> Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	
<b>Тема 1.7.</b> <b>Анализ и контроль состояния товарных запасов</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	6
	<b>Практические занятия</b>	4
	<b>Практическое занятие 63-64.</b> Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	
<b>Тема 1.8.</b> <b>Организация послепродажного</b>	<b>Содержание</b>	<b>20</b>
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	10
	<b>Практические занятия</b>	10

обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов	Практическое занятие 65-66. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	
	Практическое занятие 67-68. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	
	Практическое занятие 69. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> 1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов 2. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников 3. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 4. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов 5. Разработка Уникального торгового предложения 6. Подготовка презентации товара, 7. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности		72
<b>Производственная практика</b> <b>Виды работ</b> 1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. 2. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 3. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов 5. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. 6. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции 7. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 8. Урегулирование спорных вопросов, претензий. 9. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 10. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 11. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов 12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.		72
<b>Экзамен по модулю</b>		<b>6</b>
<b>Всего</b>		<b>397</b>

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены: Учебные кабинеты обще профессиональных дисциплин и профессиональных модулей и автоматизации торгово-технологических процессов, эксплуатации торгово-технологического оборудования и охраны труда;

мастерская учебный магазин.

Оборудование учебного кабинета обще профессиональных дисциплин и профессиональных модулей:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- автоматизированное рабочее место преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение.

Технические средства обучения:

- экран;
- мультимедийный проектор;

Оборудование учебного автоматизации торгово-технологических процессов, эксплуатации торгово-технологического оборудования и охраны труда:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- автоматизированное рабочее место преподавателя;

Технические средства обучения:

- телевизор TOMSON;
- учебно-методическое обеспечение.

Оборудование мастерской учебный магазин:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- автоматизированное рабочее место преподавателя;
- автоматизированные рабочие места обучающихся;
- учебно-методическое обеспечение.

Технические средства обучения:

- экран;
- мультимедийный проектор;

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику. Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- автоматизированные рабочие места, оснащенные лицензионным программным обеспечением общего и профессионального назначения;
- принтер.

## **3.2. Информационное обеспечение обучения**

### **Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

#### **Основная учебная литература**

ОЛ.1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541305> (дата обращения: 19.06.2024).

ОЛ.2. 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, 2024. — 196 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16967-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537436> (дата обращения: 19.06.2024).

#### **Дополнительная учебная литература**

ДЛ.1. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16956-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538301> (дата обращения: 19.06.2024).

#### **Информационные ресурсы Интернет:**

ИР.1. КонсультантПлюс : [справочно-правовая система] / ООО Компания «КонсультантПлюс» : сайт — Москва. - Обновляется в течение суток — . — URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 26.06.2024). - Текст : электронный.

ИР.2. ГАРАНТ- : [информационно-правовой портал] : сайт. — Москва.- Обновляется в течение суток — . — URL: <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 26.06.2024). - Текст : электронный.

ИР.3. Техэксперт/Кодекс : [профессиональные справочные системы] : сайт. — Москва.- Обновляется в течение суток — . — URL: <https://cntd.ru/products/> (дата обращения: 26.06.2024). - Текст : электронный.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>– 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;</li> <li>– Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных;</li> <li>– Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.</li> </ul>	<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>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Разрабатывает алгоритм установления контактов;</li> <li>– Формирует коммерческие предложения по продаже товаров;</li> <li>– Информировать клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме;</li> <li>– Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости;</li> <li>– Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей;</li> <li>– Применяет приемы работы с возражениями клиента;</li> <li>– Выбирает и обосновывает методы завершения сделки;</li> <li>– Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.</li> </ul>	<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 приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> <li>– Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту;</li> <li>– Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Планирует объемы собственных продаж;</li> <li>– Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж;</li> <li>– Анализирует выполнения плана продаж.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное</p>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Предлагает способы информирования клиентов о текущих</li> </ul>	<p>ситуационное</p>



	<p>маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.</li> </ul>	<p>взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества;</li> <li>- при выполнении и защите курсовой работы.</li> </ul>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов</li> </ul>	
ПК 3.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных;</li> <li>– Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.</li> </ul>	
ПК 3.8	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания;</li> <li>– Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.</li> </ul>	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</li> <li>– Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>– Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>– Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</li> </ul>	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>– Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</li> <li>– Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> </ul>	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и</li> </ul>	

	<p>команды;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.</li> </ul>	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами;</li> <li>– Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.</li> </ul>	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>– Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>– Кратко обосновывает и объясняет свои действия;</li> <li>– Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</li> </ul>	