
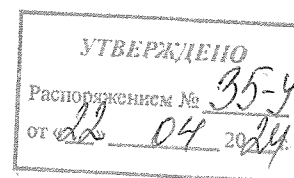


**ОБСУЖДЕНА и
РЕКОМЕНДОВАНА**
к утверждению решением
Педагогического Совета

Зам. директора по УР

Е.А. Сидельникова

Протокол № - 04

от 19.04. 2024 г.



ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 03

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КО- ОРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

на 2025/2027 учебный год

Преподаватель: Шевченко Наталия Юрьевна

Курс, группа, специальность:

2-3 курс, № 26 - 36, 38.02.08 Торговое дело

Общее кол-во часов на дисциплину: 348

Рассмотрена и одобрена методическим советом колледжа
от 02 апреля 202 г., протокол № - 07

Рабочая программа профессионального модуля ПМ 03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» разработана на основе требований:

— Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по программе 38.02.08 Торговое дело (утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 19.07.2023 г. № 548) .

Организация разработчик: *ГБПОУ ЛО «ПК»*
Разработчик: *преподаватель Шевченко Н.Ю.*

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 4 |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 8 |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 12 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) | 13 |
| 5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ, ВНЕСЁННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 15 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 03

1.1. Область применения рабочей программы:

Рабочая программа профессионального модуля ПМ 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

1.2 Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в основном и дополнительном профессиональном образовании работников коммерческой сферы; повышении квалификации специалистов в области организации торгово-сбытовой, маркетинговой деятельности, различных направлений предпринимательской деятельности на базе среднего (полного), основного общего, профессионального образования, а так же освоения в рамках основной образовательной программы рабочих специальностей: агент коммерческий, кассир торгового зала, контролер-кассир, продавец непродовольственных товаров

1.3 Цели и задачи модуля – требования к результатам 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 |
|--------|--|
| 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 |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

| | |
|------------------|---|
| Владеть навыками | <ul style="list-style-type: none"> – 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 | <ul style="list-style-type: none"> – 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

| | |
|-------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> – 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. |

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Общий объем образовательной программы ПМ 03 - 348 часов, в том числе

- работа во взаимодействии с преподавателем – 234 часа;
- лекции - 70 часов;
- практические занятия - 152 часа;
- консультации - 6 часов;
- самостоятельной работы студента - 6 часов;
- промежуточная аттестация - 6 часов;
- учебной практики – 36 часов;
- производственной практики – 72 часа

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 03

2.1. Тематический план профессионального модуля

| Код профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | Консультации |
|---|---|------------|---|--|---|-------------------------------------|--------------|
| | | | работа во взаимодействии с преподавателем | | | Самостоятельная работа обучающегося | |
| | | | лекции, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | |
| | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| ПК 3.1-3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. | МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | 240 | 70 | 152 | - | 6 | 6 |
| ПК 3.1-3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. | <i>Учебная практика</i> | 36 | | | | | |
| | <i>Производственная практика</i> | 72 | | | | | |
| Всего: | 3 | 348 | | | | | |
| Промежуточная аттестация: | | | | | | | |
| МДК 03.01: контрольная работа – 3,5 семестры; зачёт - 4 семестр; <i>экзамен квалификационный по ПМ. 03</i> | | | | | | | |

2.2. Содержание профессионального модуля ПМ 03

| Наименование разделов и тем | Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены) | Объем часов | Осваиваемые компетенции/ Уровень освоения |
|--|---|---------------|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ПМ 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | | | |
| МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | | 240 70/152 | |
| 2 курс | | | |
| Тема 1.1 Формирование клиентской базы | Содержание | 8/16 | |
| | 1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. | 2 | ПК 3.1-3.8 ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 /1 |
| | 2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. | | |
| | 3. Пути формирования клиентской базы | 2 | |
| | 4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ). | 2 | |
| 5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России | 2 | | |

| | | | | |
|---|---|--------------|---|----|
| | <p>Практическое занятие 1-4 Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации</p> <p>Практическое занятие 5-7 Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.</p> <p>Практическое занятие 8-9 Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.</p> | 4 6 6 | /2 | |
| Тема 1.2 | Содержание | 14/30 | | |
| Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы | 1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий | 2 | ПК 3.1-3.8 ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 /1 | |
| | 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 | 2 | | |
| | 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 | 2 | | |
| | 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. | 6 | | |
| | 8. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников. | | | |
| | Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий | 2 | | /2 |
| | Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. | 2 | | |
| Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж | 4 | | | |
| Практическое занятие 16-17. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. | 4 | | | |
| Практическое занятие 18-19. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов. | 4 | | | |
| Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов. | 6 | | | |
| Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий | 6 | | | |
| Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов | 2 | | | |
| Контрольная работа № 1 | | 2 | /3 | |
| Тема 1.3 | Содержание | 10/22 | | |
| Организация и осуществление продажи потребительских товаров | 1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж | 2 | ПК 3.1-3.8 ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 /1 | |
| | 2. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах | 2 | | |
| | 3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок | 2 | | |
| | 4. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров | 4 | | |

| | | | |
|--|--|--------------|---|
| | <p>Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи</p> <p>Практическое занятие 28-30 Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей</p> <p>Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров</p> | 8 8 6 | /2 |
| <p>Тема 1.4 Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации</p> | Содержание | 10/30 | |
| | 1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина | 4 | ПК 3.1-3.8 ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 /1 |
| | 2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию | 4 | |
| | Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации | 8 | /2 |
| | Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия | 8 | |
| | Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи | 6 | |
| Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий | 8 | | |
| Зачет | | 2 | /3 |
| III курс | | | |
| <p>Тема 1.5 Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса</p> | Содержание | 12/18 | |
| | 1. Позиционирование продукции организации на рынке | 4 | ПК 3.1-3.8 ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 /1 |
| | 2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента. | 4 | |
| | 3. Методы стимулирования продаж | 4 | |
| | Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж | 6 | /2 |
| | Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж | 6 | |
| Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж | 6 | | |
| <p>Тема 1.6 Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж</p> | Содержание | 6/18 | |
| | 1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах | 6 | ПК 3.1-3.8 ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 /1 |
| | Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам | 6 | |
| | Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы | 6 | /2 |
| Практическое занятие 60-62. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя —CRR, среднего дохода на покупателя — ARC) | 6 | | |
| <p>Тема 1.7 Анализ и контроль состояния товарных запасов</p> | Содержание | 8/6 | |
| | 1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль | 6 | |
| | Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости | 6 | |
| Контрольная работа № 2 | | 2 | /3 |
| <p>Тема 1.8 Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов</p> | Содержание | 2/12 | |
| | 1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов | 2 | ПК 3.1-3.8 ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 /1 /2 |
| | Практическое занятие 66-68. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. | 4 | |
| | Практическое занятие 69-71. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента | 4 | |
| | Практическое занятие 72-76. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия» | 4 | |
| | 4 | | |

| | | | |
|--|--|-----|---|
| | Самостоятельная работа Подготовка эссе, сообщений, рефератов, докладов, презентаций, к тестированию, к решению ситуаций. Изучение теоретического материала: | 6 | |
| Учебная практика Виды работ: - сбор, обработка, анализ и актуализация информации о клиентах и их потребностях; - поиска и выявление потенциальных клиентов; - формирование и актуализация клиентской базы; - проведение мониторинга деятельности конкурентов; - определение потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; - формирование коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведение анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; - информирование клиентов о потребительских свойствах товаров; - стимулирование клиентов на заключение сделки; - взаимодействие с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; - закрытие сделок; - соблюдение требований стандартов организации при продаже товаров; - использование специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи; - сопровождение клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; - мониторинг и контроль выполнения условий договоров | | 36 | ПК 3.1-3.8 ОК 01-02, ОК 04-05, ОК 09 /2 |
| Производственная практика Виды работ: 1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. 2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 3. Оформление витрин и выставок. 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. 5. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. 6. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 7. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. 9. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 10. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. 11. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов. 12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания | | 72 | |
| Дифференцированный зачет по практике Консультации | | 6 | |
| Экзамен | | 6 | |
| Всего | | 348 | |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 03

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

Кабинеты «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по данной специальности.

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

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 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.

Основные печатные и электронные издания

1. 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>
2. 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>
3. 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>

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. Широенской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 03 (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

| Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
|--|---|---|
| ПК 3.1 | <ul style="list-style-type: none"> – 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; – Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; – Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом. | <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> |
| ПК 3.2 | <ul style="list-style-type: none"> – Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; – Информировать клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; – Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости; – Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей; – Применяет приемы работы с возражениями клиента; – Выбирает и обосновывает методы завершения сделки; – Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту. | <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</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 приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> |
| ПК 3.3 | <ul style="list-style-type: none"> – Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагает план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. | <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p> |
| ПК 3.4 | <ul style="list-style-type: none"> – Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж. | <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 3.5 | <ul style="list-style-type: none"> – Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки. | <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 3.6 | <ul style="list-style-type: none"> – Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов | <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p> |
| ПК 3.7 | <ul style="list-style-type: none"> – Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных | <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p> |

| | | |
|--------|--|--|
| | продуктов для создания аналитических отчетов. | |
| ПК 3.8 | <ul style="list-style-type: none"> – Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. | <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>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 средствам профессионального сообщества. |
| ОК 01 | <ul style="list-style-type: none"> – 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). | |
| ОК 02 | <ul style="list-style-type: none"> – Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; – Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. | |
| ОК 04 | <ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ. | |
| ОК 05 | <ul style="list-style-type: none"> – Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. | |
| ОК 09 | <ul style="list-style-type: none"> – Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – Кратко обосновывает и объясняет свои действия; – Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. | |

**5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ,
ВНЕСЁННЫХ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ МОДУЛЯ
ПМ 03**

| № | Дата внесения изменения | № страницы | До внесения изменения | После внесения изменения |
|---|-------------------------|------------|-----------------------|--------------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 359040073915316482112313993369613528402878580793

Владелец Ложников Александр Николаевич

Действителен с 21.02.2024 по 20.02.2025