


Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора по
учебной работе

 И.В. Бондаренко

20 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

38.02.08 Торговое дело

СОГЛАСОВАНО:

АО Тандер

400082 г. Волгоград,

ул. Фадеева, дом 43

Директор АО Тандер

 Е.С. Кузнецова

«16» мая 2024 г.



2024

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 **38.02.08 Торговое дело**, входящей в состав укрупненной группы специальностей 38.00.00 Экономика и управление естественно-научного профиля подготовки (утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.07.2023 N 548 (Зарегистрировано в Минюсте России 9 июня 2023 г., регистрационный № 73797).

Организация-разработчик:

государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Волгоградский индустриальный техникум»

Разработчик:

Л.И. Крук, преподаватель ГБПОУ «Волгоградский индустриальный техникум»

РЕКОМЕНДОВАНА на заседании предметной (цикловой) комиссии экономики, управления, права

Протокол № 9 от « 06 » мая 2024г.

Рассмотрена на заседании предметной (цикловой) комиссии экономики, управления, права


_____ Петричук М.Г.
подпись

06.05.2024г.
_____ дата

ОДОБРЕНА на заседании методического совета.
Протокол № 8 от « 07 » мая 2024г.

Начальник отдела учебно-методической работы
Шурыгина И.Ю. _____


личная подпись

08.05.2024
_____ дата

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ...25	
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ).....	29

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ (ПО ВЫБОРУ)**

1.1. 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 (по выбору)» 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 н.1.	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	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:

<p>Владеть навыками</p>	<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.
<p>Уметь</p>	<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

	<p>продаж;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - методики выявления потребностей клиентов; - методики выявления потребностей; - технику продаж; - методики проведения презентаций;

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы профессионального модуля	300
Обязательной аудиторной нагрузки	216
в том числе:	
теоретическое обучение	66
практические занятия	130
Самостоятельная работа	8
Промежуточная аттестация	24
Учебная практика	36
Производственная (практика по профилю специальности) практика	36

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
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	216	130	216	130	-	8	12		
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36	36							36
	Промежуточная аттестация	12								
	Всего:	288	202	216	130	-	8	12	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 часов	Коды компетенций и личностных результатов, формированию которых способствует элемент программы	
1	2	3	4	
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		216		
МДК 03.01		216		
Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		216		
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	10	ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 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. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	2		
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	2		
	3. Пути формирования клиентской базы	2		
	4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, 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		
	В том числе практических занятий		12	
	Практическое занятие 1-2. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	4	ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;	
	Практическое занятие 3-4. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	4		
	Практическое занятие 5-6. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	4		

Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	Содержание	16	
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	2	ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	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»	2	
	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.	2	
	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	2	
	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.	2	
	8. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	2	
	В том числе практических занятий	32	
	Практическое занятие 7-8. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	4	ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	Практическое занятие 9-10. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	4	
	Практическое занятие 11-12. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	4	
	Практическое занятие 13-14. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	4	
	Практическое занятие 15-16. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением	4	

	специализированных программных продуктов.		
	Практическое занятие 17-18. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	4	ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК1, ОК2, ОК4
	Практическое занятие 19-20. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	4	
	Практическое занятие 21-22. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	4	
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание	8	
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	2	ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК1, ОК2, ОК4
	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	2	
	В том числе практических занятий	12	ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	Практическое занятие 23-24. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	4	
	Практическое занятие 25-26. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	4	
Практическое занятие 27-28. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	4		
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Содержание	4	ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	2	
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	2	
	В том числе практических занятий	18	ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	Практическое занятие 29-30. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	4	
Практическое занятие 31-32. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	4		

	Практическое занятие 33-34. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	4	
	Практическое занятие 35-37. Урегулирование спорных вопросов, претензий	6	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание	6	
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	2	
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	2	
	3. Методы стимулирования продаж	2	
	В том числе практических занятий	18	
	Практическое занятие 38-40. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	6	ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	Практическое занятие 41-43. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	6	
Практическое занятие 44-46. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	6		
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	6	
	1-3. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	6	
	В том числе практических занятий	16	
	Практическое занятие 47-49. Составление отчетной документации по продажам	6	ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	Практическое занятие 50-52. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	6	
Практическое занятие 53-54. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	4		
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	Содержание	6	ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	1- 3. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	6	
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие 55-56. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	4	
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания,	Содержание	10	
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	10	
	В том числе практических занятий	18	

консультационно-информационное сопровождение клиентов	Практическое занятие 57-59. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	6	ОК1, ОК2, ОК4, ОК5, ОК9 ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4;
	Практическое занятие 60-62. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	6	
	Практическое занятие 63-65. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	6	
Учебная практика Виды работ 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		36	
Производственная практика Виды работ 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.		36	

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.	
Экзамен по модулю	12
Всего	300 (216+72+12)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

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.

3.2.1. 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>

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

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"> - 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 приемов 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 приемов личной организации при участии в профессиональных</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; - Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; - Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. 	<p>олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</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</p>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> - Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, 	

	<p>новых товарах, услугах и технологиях;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки. 	<p>сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</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 продуктов для создания аналитических отчетов. 	<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>
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 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). 	<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 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. 	<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 04	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; - В ходе профессиональной деятельности 	

	<p>взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.</p>	
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. 	