

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Колледж мировой экономики и передовых технологий»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Профессионального модуля**

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

**МДК. 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация
работы с клиентами**

по специальности
38.02.08 Торговое дело

форма обучения: очная, заочная
квалификация – специалист торгового дела

Москва – 2024

ОДОБРЕНА

Предметной (цикловой) комиссией
экономических дисциплин


Протокол от 19 апреля 2024 г. № 8

Председатель ПЦК

 /Буркина Л.В.

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности
среднего профессионального
образования 38.02.08 Торговое дело

Заместитель директора по методической
работе

 / Ю.И. Богомолова/
Подпись ФИО

РАССМОТРЕНА

на заседании Педагогического совета

Протокол от 26 апреля 2024 г. № 5

Разработчик:

Гусейнова Э.И., преподаватель АНО ПО "Колледж мировой экономики и передовых технологий"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена 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):

ПК 3.1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.

ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.

ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.

ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.

ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании при повышении квалификации товароведов и менеджеров.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения модуля

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

владеть навыками:

- сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
- поиска и выявления потенциальных клиентов;

- формирования и актуализации клиентской базы;
 - проведения мониторинга деятельности конкурентов;
 - определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;
 - формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
 - информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
 - стимулирования клиентов на заключение сделки;
 - взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
 - закрытия сделок;
 - соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
 - использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;
 - сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
 - мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
 - анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
 - выполнения запланированных показателей по объему продаж;
 - разработки программ по повышению лояльности клиентов;
 - разработки мероприятий по стимулированию продаж;
 - информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;
 - участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;
 - стимулирования клиентов на заключение сделки;
 - контроля состояния товарных запасов;
 - анализа выполнения плана продаж;
 - информационно-справочного консультирования клиентов;
 - контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
 - обеспечения соблюдения стандартов организации.
- уметь:*
- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
 - вести и актуализировать базу данных клиентов;
 - формировать отчетную документацию по клиентской базе;
 - анализировать деятельность конкурентов;

- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- работать с возражениями клиента;
- применять техники по закрытию сделки;
- суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- осуществлять мероприятия по размещению заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;

- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
- соблюдать конфиденциальность информации;
- предоставлять клиенту достоверную информацию;
- корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
- обеспечивать соблюдение требований охраны;
- разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
- анализировать возможности увеличения объемов продаж;
- планировать и контролировать поступление денежных средств;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
- планировать объемы собственных продаж;
- оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
- вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
- вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
- обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;

- анализировать оборачиваемость складских остатков;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
- инициативно вести диалог с клиентом;
- резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- разрабатывать рекомендации для клиента;
- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;
- проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
- вести деловую переписку с клиентами и партнерами;
- использовать программные продукты.

знать:

- методики выявления потребностей клиентов;
- методики выявления потребностей;
- технику продаж;
- методики проведения презентаций;
- потребительские свойства товаров;
- требования и стандарты производителя;
- принципы и порядок ведения претензионной работы;
- ассортимент товаров;
- стандарты организации;
- стандарты менеджмента качества;
- гарантийную политику организации;
- специализированные программные продукты;
- методики позиционирования продукции организации на рынке;
- методы сегментирования рынка;
- методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;

- Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;
- Основы организации послепродажного обслуживания.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 306 часов, включая: обязательную аудиторную учебную нагрузку – 212 часов; в т.ч. теоретической – 90 часов, практической – 118 часов; самостоятельную работу обучающегося – 2 часов;; производственной практики (по профилю специальности) - 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.
ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.
ПК 3.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач

	профессиональной деятельности;
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 7	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы (очная форма обучения)

по очной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ¹	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	в т.ч., курсовой проект, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовой проект, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1 – 5; ОК 7; ПК 3.1 - 3.8.	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	222	90	118	-	2	-	-	-
	Учебная практика	-	-	-	-	-	-	-	-
	Производственная практика	72	-	-	-	-	-	-	72
	Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-
	Всего:	306	90	118	-	2	-	-	72

по заочной форме обучения

¹ Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ²	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	в т.ч., курсовой проект, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовой проект, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1 – 5; ОК 7; ПК 3.1 - 3.8.	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	222	26	12	-	196	-	-	-
	Учебная практика	-	-	-	-	-	-	-	-
	Производственная практика	72	-	-	-	-	-	-	72
	Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-
	Всего:	306	26	12	-	196	-	-	72

² Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.3. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

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, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		
МДК 03.01		
Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	20
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	20
	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, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	
	5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	
	В том числе практических занятий	14
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	4
	Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	4
Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	6	
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	Содержание	32
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий 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.	32
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.	
В том числе практических занятий	36
Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	4
Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	4
Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	6
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.	6
Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	4
Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	4
Практическое занятие 24-25. 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.	8
	2. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	
	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	
	4. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	
	В том числе практических занятий	14
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	6
	Практическое занятие 28-30 Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	4
Практическое занятие 31-33. 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	8
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	8
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	
	В том числе практических занятий	18
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	6
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	4
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	4
	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий	4
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание	10
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	10
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3. Методы стимулирования продаж	
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	2
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	4
	Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2

Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	4
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	4
	В том числе практических занятий	12
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам	4
	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	4
	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)	4
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния и контроль товарных запасов	Содержание	4
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	4
	В том числе практических и лабораторных занятий	4
	Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	4
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание	4
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	4
	В том числе практических занятий	12
	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
Самостоятельная работа МДК 03.01		2
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,		-

<p>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.</p> <p>8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности</p>	
<p>Производственная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. 	<p>72</p>
<p>Экзамен по модулю</p>	<p>12</p>
<p>Всего</p>	<p>306</p>

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинет междисциплинарных курсов и модулей

Оборудование учебного кабинета:

1. комплекты специализированной учебной мебели;
2. рабочее место преподавателя;
3. доска классная;

Технические средства обучения:

1. компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением:
ОС Windows, MS Office, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.
2. проектор;
3. экран.

Автоматизированные рабочие места, компьютеры с установленным лицензионным программным обеспечением:

1С: Предприятие, ОС Windows, MS Office, 7-Zip, Adobe Acrobat Reader, Comodo Internet Security, Консультант плюс, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду

Рабочее место преподавателя, комплекты специализированной мебели учащихся, доска классная, проектор, экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Теоретические основы товароведения

Основная литература

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>

Дополнительная литература

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

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<https://knept.ru/>). Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.
- Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:
 - использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
 - регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
 - обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупно шрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;
- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию КМЭПТ для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;
- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;
- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
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.	Исследование состояния потребительского рынка по ассортиментным группам товаров. Формирование торгового ассортимента по результатам анализа ассортиментной политики торговой организации Распознавание товаров по ассортиментной принадлежности. Расчет показателей ассортимента Выявление факторов, влияющих на ассортимент и качество товаров Определение номенклатуры показателей качества, обеспечивающие безопасность товаров	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий. Тестовый контроль знаний. Дифференцированная оценка за исследовательскую работу
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.	Применение нормативных документов по порядку списания товарных потерь.	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий и решения ситуаций, оценка результата. Тестовый контроль знаний.
	Расчет количественных потерь: естественной убыли и предреализационных товарных потерь. Планирование мер по предупреждению и	

	сокращению товарных потерь	
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.	Анализ товарной информации в соответствии с установленными требованиями Расшифровка маркировки товаров. Распознавание информационных знаков	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий. Дифференцированная оценка за исследовательскую работу. Дифференцированная оценка за исследовательскую работу
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.	Выявление факторов, влияющих на сохранение качества и безопасность товаров при транспортировке и хранении товаров/ Соблюдение сроков и условий хранения товаров в соответствии с требованиями стандарта. Проверка правильности оформления сопроводительных документов при приемке товарных партий	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий и оценка результата. Тестовый контроль знаний. Дифференцированная оценка за исследовательскую работу
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов.	Соблюдение санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке Прохождение медицинских осмотров и санитарных минимумов	Контроль руководителей практики, за соблюдением правил личной гигиены
ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	Контроль качества и количества товаров Отбор проб товаров, для оценки и контроля качества	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий и оценка результата. практических заданий и оценка результата.
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных	Анализ сопроводительных документов, подтверждающих соответствие товаров, установленным требованиям ТР.	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий и оценка результата.

технологий.		
Требования к результатам освоения (общие компетенции)	Формы и методы сформированности компетенций	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	Оценка преподавателя в участии студента в учебных, образовательных, воспитательных мероприятиях в рамках профессии.	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	Наблюдение за соблюдением технологии изготовления продукта.	
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	Наблюдение за поведением в нестандартных и нештатных ситуациях.	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	Наблюдение, оценка преподавателем решения профессиональных задач, практического задания.	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	Определение преподавателем лидерских качеств, наблюдение за отношениями внутри группы. Наблюдение за организацией коллективной деятельности, общением с преподавателем и руководителями.	
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	Наблюдение за развитием самообразования.	