

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

**Аннотации рабочих программ профессиональных модулей
ППССЗ**

**по специальности 38.02.08 Торговое дело на базе основного общего
образования,**

квалификация – специалист торгового дела

1. Профессиональный цикл

ПМ. 01. Организация и осуществление торговой деятельности

МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках

МДК.01.02 Организация и осуществление продаж

МДК.01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление торговой деятельности.

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы.

Профессиональный модуль входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности, Организация и осуществление торговой деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 1.1-1.6; ОК 01- 07, ОК 09

Цели и задачи ПМ.01 – требования к результатам освоения ПМ.01:

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен *иметь практический опыт:*

- поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
- проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;
- обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
- составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;
- подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;
- подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;
- оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;
- установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;
- составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;
- формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;
- составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры;
- осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;
- организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов;
- направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;
- проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);
 - документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
 - подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
 - формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;
 - обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;
 - формирования проекта внешнеторгового контракта;
 - осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;
 - подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;
 - подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;
 - сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
 - разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;
 - мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
 - документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;
 - подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;
 - выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;
 - организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;
 - приемки товаров по количеству и качеству;
- соблюдения правил охраны труда.
- В результате освоения дисциплины обучающийся *должен знать*:
- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;
- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;
- методы и инструменты работы с базами больших данных;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации,
- схем электронного документооборота;
- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;
- особенности составления закупочной документации;
- методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;
- основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;
- нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;
- международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;
- международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;
- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;
- методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках;
- методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;
- основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;
- документооборот внешнеторговых сделок;
- условия внешнеторгового контракта;
- нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;
- правила оформления документации по внешнеторговому контракту;
- порядок документооборота в организации;
- основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;
- виды торговых структур;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;
- материально-техническую базу торговли;
- инфраструктуру потребительского рынка;
- средства, методы, инновации в отрасли;
- организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли;
- требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;
- правила торговли;
- количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;
- анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;
- создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.
- применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;
- осуществлять выбор поставщиков;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
- составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;
- создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;
- обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;
- работать в единой информационной системе;
- применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;
- описывать объект закупки;
- разрабатывать закупочную документацию;
- работать в единой информационной системе;
- взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;
- анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;
- формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;
- разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;
- осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;
- осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;
- подготавливать коммерческие предложения, запросы;
- оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;
- осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;
- осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
- осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;
- осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;
- проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;
- осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);
- использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;
- применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;
- применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;
- управлять полочным пространством магазина в облачной АВМ SHELF;
- оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;
- применять электронный документооборот;
- осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.
- применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;

– оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;

– осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;

пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.

Количество часов на освоение программы ПМ.01:

436 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 308 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 28 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен по модулю (4 семестр).

МДК.01.01.:

Количество часов на освоение программы МДК 01.01 – 146 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 132 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен (4 семестр).

МДК.01.02.:

Количество часов на освоение программы МДК 01.02 – 108 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 100 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 8 часов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет (4 семестр)

МДК.01.03.:

Количество часов на освоение программы МДК 01.03 – 98 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 92 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 6 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен (4 семестр)

УП.01 - 36 часов;

ПП.01 – 36 часов.

Содержание профессионального модуля:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке

Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности

Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг

Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение

Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту

МДК 01.02. Организация и осуществление продаж

Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле

Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле

Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле

МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения

Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд

Тема 3.3. Процедуры осуществления закупок

Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт

Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок.

Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях

ПМ. 02. Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров

МДК.02.01 Основы товароведения

МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров

МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров

Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

деятельности (ВПД) Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров.

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы.

Профессиональный модуль входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 2.1-2.5, ОК 01-05, ОК07, ОК 09.

Цели и задачи ПМ.02 – требования к результатам освоения ПМ.02:

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен *иметь практический опыт*:

- применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров;
- решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий;
- применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров;
- осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров;
- выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров;
- разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров;
- выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных;
- подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использование современных баз данных;
- организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов;
- оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации;
- регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров;
- систематизации данных о фактическом уровне качества товаров;
- оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров;

анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;
- идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров;
- оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов;
- идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров;
- применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности;
- оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов;
- устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;
- выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации;
- реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров;
- обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных;
- проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов;
- организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты;
- анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;
- применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;
- устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;
- реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен знать*:

- классификацию продовольственных и непродовольственных товаров;
- методы и способы кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;
- обязательных требований к маркировке потребительских товаров;
- основные понятия в сфере товароведения потребительских товаров;
- технические требования и градации качества потребительских товаров, установленных в нормативно-технической документации;
- обязательные требования к маркировке потребительских товаров;
- факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров;
- условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;
- дефекты потребительских товаров; товарных потерь и способы их сокращения;
- законодательство Российской Федерации и ЕАЭС в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия;
- современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров;
- основные методы оценки качества и безопасности потребительских товаров;
- организацию проведения экспертизы товаров и оформления ее результатов;
- сквозные цифровые технологии, применяемые в сфере обеспечения качества и безопасности товаров;
- ассортимент товаров, показатели ассортимента и факторы, влияющие на его формирование;
- приоритетные направления совершенствования ассортимента товаров;
- основные положения категорийного менеджмента;
- специфику процесса управления в категорийном менеджменте;
- алгоритм разработки ассортиментной матрицы товарной категории;
- порядок формирования категорий в ассортименте;
- структуру ABC – и XYZ – анализа;
- классификации продовольственных и непродовольственных товаров;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;
- обязательных требований к маркировке потребительских товаров; сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров.

Количество часов на освоение программы ПМ.02:

566 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 374 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 56 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен по модулю (6 семестр).

МДК.02.01.:

количество часов на освоение программы – 140 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 124 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 16 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен (5 семестр).

МДК.02.02.:

количество часов на освоение программы – 140 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 126 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен (5 семестр).

МДК.02.03.:

количество часов на освоение программы – 72 часа, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 60 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 12 часов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет (6 семестр).

МДК.02.04.:

количество часов на освоение программы – 94 часа, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 80 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет (6 семестр).

УП.02 – 72 часа

ПП.02 – 36 часов.

Содержание профессионального модуля:

МДК 02.01 Основы товароведения

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

Тема 1.1. Предмет и основные категории товароведения

Тема 1.2. Методы классификации и кодирования товаров в товароведении

Тема 1.3. Качество товаров и свойства товаров

Тема 1.4. Обеспечение качества и количества потребительских товаров

Тема 1.5. Товарная информация

МДК 02.02 Товароведение потребительских товаров

Тема 2.1. Товароведение продовольственных товаров

Тема 2.2. Товароведение непродовольственных товаров

МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

Тема 3.1. Оценочная деятельность в товароведении

Тема 3.2. Идентификация потребительских товаров

Тема 3.3. Методы определения показателей качества товаров

Тема 3.4. Основы экспертизы потребительских товаров

МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров

Тема 4.1 Основные понятия в области управления ассортиментом товаров

Тема 4.2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия

Тема 4.3. Методы и инструменты управления товарным ассортиментом

Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента

Тема 4.5. Методология категорийного ассортимента

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

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

Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы.

Профессиональный модуль входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

деятельности Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1.-3.8.; ОК 01-05, ОК07

Цели и задачи ПМ.03 – требования к результатам освоения ПМ.03:

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен *иметь практический опыт*:

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- анализа выполнения плана продаж;
 - информационно-справочного консультирования клиентов;
 - контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
 - обеспечения соблюдения стандартов организации.
- В результате освоения дисциплины обучающийся *должен 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен знать:*

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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.

Количество часов на освоение программы ПМ.03:

190 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 84 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен по модулю (6 семестр).

МДК.03.01.:

количество часов на освоение программы – 106 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 84 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет (6 семестр).

УП.03 – 36 часов.

ПП.03 - 36 часов.

Содержание профессионального модуля:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

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

Тема 1.1. Формирование клиентской базы

Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы

Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров

Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации

Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса

Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж

Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов

Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов

ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований

МДК.02.02 Ценообразование в торговой деятельности

МДК 02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы

МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров

Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы.

Профессиональный модуль входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности, Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 2.1- 2.8; ОК 01-05, ОК07, ОК09

Цели и задачи ПМ.02 – требования к результатам освоения ПМ.02:

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен *иметь практический опыт:*

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;
- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
- поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
- применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;
- разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов;
- расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;
- определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности;
- сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- развивать идеи до бизнес-предложений;
- оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
- оценивать риски, связанные с бизнесом;
- анализировать бизнес-концепции;
- предлагать идеи для дальнейшего развития;
- применять методы принятия оптимальных решений;
- находить аргументы в пользу идей;
- принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
- обосновывать и оценивать цели и ценности;
- представлять идеи, дизайн, видения и решения;
- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
- создавать деловые электронные презентации
- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей,

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

характеризующих деятельность организации;

- использовать методы экономического анализа;
- анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
- разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
- предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
- собирать информацию о бизнес-проблемах;
- анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен знать*:

- составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- методы проведения маркетингового исследования;
- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;
- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- методы оценки конкурентной среды;
- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- роль и значение бизнес-плана;
- основные функции бизнес-плана;
- классификацию основных типов бизнес-планов;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- методологию и процессы развития бизнес-идеи;
- порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;
- принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
- методы, способы и приемы для решения задач по анализу;
- типы факторных моделей;
- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;
- методику анализа эффективности использования производственных ресурсов
- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;
- спектр специализированных программных продуктов;
- интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;
- инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;
- риски: понятия и видов;
- методы оценки риска, связанных с бизнесом;
- меры снижения риска, связанных с бизнесом;
- методы оценки выполнимости бизнес-идеи;
- основные способы анализа и оценки рисков;
- состав моделей оценки риска;
- способы оценки риска ликвидности.

Количество часов на освоение программы ПМ.02:

566 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 374 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 56 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен по модулю (6 семестр).

МДК.02.01:

количество часов на освоение программы – 140 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 116 часов;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

самостоятельной работы обучающегося – 16 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен (5 семестр).

МДК.02.02.:

количество часов на освоение программы – 140 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 118 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен (5 семестр).

МДК.02.03.:

количество часов на освоение программы – 72 часа, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 60 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 12 часов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет (6 семестр).

МДК.02.04.:

количество часов на освоение программы – 94 часа, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 80 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет (6 семестр).

УП.03 – 72 часа.

ПП.03 - 36 часа.

Содержание профессионального модуля:

МДК. 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований

Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований

Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы

Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований

Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды

Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований

Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований

Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований

Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований

Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований

МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

Тема 2.1. Цена как экономическая категория

Тема 2.2. Методы ценообразования

Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий

Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле

Тема 2.5. Торговая надбавка и методы ее определения

Тема 2.6. Политика цен и стратегия ценообразования

Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж

Тема 2.8 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности

Тема 2.9. Налоги и ценообразование

Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование

МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы

Тема 3.1. Предпринимательская идея и ее выбор

Тема 3.2. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом

Тема 3.3. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве

Тема 3.4. Структура и функции бизнес-плана

Тема 3.5. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.

Тема 3.6. Анализ и оценка рисков

Тема 3.7. Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы

Тема 3.8. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы

Тема 3.9. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта

Тема 3.10. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта

МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров

Тема 4.1 Основные понятия в области управления ассортиментом товаров

Тема 4.2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия

Тема 4.3. Методы и инструменты управления товарным ассортиментом

Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента

Тема 4.5. Методология категорийного ассортимента

УП.02 -72 часа.

ПП.02 – 36 часов.

ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

МДК. 03.01 Технология интернет-маркетинга

Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление интернет-маркетинга.

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы:

Профессиональный модуль входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности, Организация и осуществление интернет-маркетинга, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1, 3.6, ОК 01- 05, ОК 07

Цели и задачи ПМ.03 – требования к результатам освоения ПМ.03:

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен *иметь практический опыт*:

- проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
- проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;
- анализа поисковой выдачи;
- анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
- анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- определения стратегии поискового продвижения;
- проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
- анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;
- определения стратегии продвижения в социальных сетях;
- размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- разработки лендинга;
- анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;

- анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
- составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен знать*:

- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- основы веб-технологии;
- основы веб-дизайна;
- основы компьютерной грамотности;
- методы обработки текстовой информации;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;
- правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;
- основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;
- стандарты делового общения в письменной и устной форме;
- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);
- методы обработки текстовой и графической информации;
- основы копирайтинга и веб-райтинга;
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;
- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;
- основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;
- основы гипертекстовой разметки;
- стандарты верстки веб-сайтов;
- принципиальные отличия лендингов от сайтов;
- сервисы для автоматизации рассылок;
- методы обработки текстовой информации и графической информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *уметь*:

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
- использовать инструменты для проведения технического аудита;
- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;
- определять маркетинговые стратегии;
- составлять smm-стратегии;
- составлять контент-планы;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- разрабатывать уникальные торговые предложения;
- разрабатывать рекламные модули;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- обосновывать выбор целевой аудитории;
- создавать тексты и рекламные слоганы;
- создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
- различать виды текстов;
- рассчитывать бюджет на создание лендинга;
- писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;
- определять СТА для лендингов;
- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
- создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;
- составлять информационно-аналитические справки;
- оформлять отчетные документы.

Количество часов на освоение программы ПМ.03:

190 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 84 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов;

Форма промежуточной аттестации: экзамен по модулю (6 семестр).

МДК.03.01.:

Количество часов на освоение программы – 106 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 84 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

Форма промежуточной аттестации: экзамен (6 семестр).

УП.03 – 36 часов.

ПП.03- 36 часов

Содержание профессионального модуля:

МДК.03.01. Технология интернет-маркетинга

Тема 1.1. Основы маркетинга

Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга

Тема 1.3. Инновации в маркетинге

Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге

Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению

Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»

Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество

Тема 1.9. Создание лендинга

Тема 1.10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге

ПМ.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами

МДК. 03.01 Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами

Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами.

Место профессионального модуля в структуре образовательной программы:

Профессиональный модуль входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности, Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами, в том числе

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1-3.7, ОК 01- 05, ОК 07

Цели и задачи ПМ.03 – требования к результатам освоения ПМ.03:

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен *иметь практический опыт*:

- поиска новых покупателей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и сбора информации о потребностях клиента;
- ведения базы данных клиентов, учетной документации по базе клиентов, заключенным договорам на продажу и сопровождение инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- информирования клиентов о новых поставляемых инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих, о текущих маркетинговых акциях, новых продуктах и специальных предложениях;
- проведения мероприятий (конференций, семинаров, вебинаров) для существующих и потенциальных клиентов;
- заключения договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- развития взаимоотношений с клиентами для заключения новых договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- подготовки коммерческих предложений с учетом установленных условий поставщиков, правил отгрузки в организации и особенностей клиента;
- презентации инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам;
- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
- выполнения запланированных показателей по объему продаж;
- презентации клиентам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- ведения деловой переписки и деловых переговоров с клиентами и партнерами по использованию инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- консультирования клиентов и партнеров по характеристикам новых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, по условиям продажи и ценам, условиям лицензирования программного обеспечения, условиям оказания послепродажной технической поддержки;
- приема и обработка входящих обращений от клиентов и партнеров;
- заключения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- ведения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- ведения переговоров с поставщиками и производителями инфокоммуникационных систем и /или их составляющих;
- информирования о поступлении продукции на склад, об отгрузке (поставке) товара;
- выставления счетов, оформления актов, накладных и счетов-фактур;
- поиска новых каналов сбыта инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и организации их продаж в новых каналах;
- сбора и анализа доступной информации о каналах продаж и типовых решениях по продаже у конкурентов;
- ведение базы данных решений по продаже инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен знать*:

- искать новых клиентов в рамках существующих каналов сбыта;
- вести деловые переговоры и деловую переписку с потенциальными клиентами;
- выявлять потребности клиента в процессе переговоров;
- систематизировать информацию о клиентах;
- использовать почтовые программы на профессиональном уровне;
- применять систему управления взаимоотношениями с клиентами;
- применять систему управления продажами для управления информацией о клиентах;
- выявлять потребности и вести деловые переговоры с клиентами об их потребностях в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих;
- сопровождать развитие системы управления взаимоотношениями с клиентами;
- подготавливать материалы базы данных клиентов к обсуждению потребностей клиентов в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих;
- составлять отчетность о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;
- оформлять коммерческие предложения с использованием офисных программных приложений;
- подготавливать и проводить презентации продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих для потенциальных клиентов;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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;
- применять системы управления взаимоотношениями с клиентами при подготовке консультаций по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- искать и систематизировать информацию об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- подготавливать и проводить презентации по использованию продаваемых инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- проводить демонстрации инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- сопоставлять отечественные и зарубежные инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие;
- анализировать предложения поставщиков инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- осуществлять поиск информации по клиентам и партнерам;
- вести учетную документацию по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- искать новые каналы сбыта;
- систематизировать информацию о каналах сбыта и о решениях по продаже;
- вести конкурентную разведку в части, касающейся методов и каналов организации продаж.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *уметь*:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- методы и инструменты поиска информации;
- правила работы с базами данных на уровне пользователя;
- назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- методы поиска информации о потенциальных потребностях в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;
- основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- правила подготовки и проведения презентации, в том числе с использованием информационных технологий;
- специализированных программных продуктов;
- методы поиска информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- технические характеристики и отличительные особенности продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- отечественных и зарубежных производителей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и направления (типы) выпускаемой ими продукции;
- продукцию отечественных производителей, аналогичную продаваемым зарубежным инфокоммуникационным продуктам и (или) их составляющих;
- законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- этику конкурентной разведки в области продаж инфокоммуникационных систем;
- принципы эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами;
- модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

Количество часов на освоение программы ПМ.03:

190 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 84 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов;

Форма промежуточной аттестации: экзамен по модулю (6 семестр).

МДК.03.01.:

Количество часов на освоение программы – 106 часов, в том числе:

во взаимодействии с преподавателем – 84 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 14 часов.

Форма промежуточной аттестации: экзамен (6 семестр).

УП.03 – 36 часов.

ПП.03- 36 часов

Содержание профессионального модуля:

МДК.03.01. Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами

Тема 1.1 Инфокоммуникационные системы и их составляющие

Тема 1.2. Установление контактов и система взаимодействия с клиентами для обсуждения их потребностей в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих.

Тема 1.3. Особенности работы с клиентами по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.

Тема 1.4. Выполнять поиск новых каналов сбыта инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих и организовывать в них продажи, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

Тема 1.5 Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам.

Тема 1.6 Организовывать поставки и сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.

Тема 1.7 Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использованием специализированных программных продуктов