



Профессиональное образовательное учреждение  
**«ГУМАНИТАРНЫЙ ТЕХНИКУМ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»**

---

---

105318, Россия, г. Москва, Ибрагимова ул., д. 31, к.1. Тел: +7(499) 166-02-27

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ, И  
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

**Специальность 38.02.08 Торговое дело**

**Москва, 2024 год**

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров, и координации работы с клиентами** разработана с учетом Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 июля 2023 г. N 543 и Профессиональных стандартов:

- «Специалист в сфере закупок», Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 сентября 2015 №;

- «Специалист по внешнеэкономической деятельности», Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 июня 2019 № 409н;

- «Специалист по качеству», Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 апреля 2021 № 276н;

- «Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуг», Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 03 декабря 2019 № 764н

- «Экономист предприятия», Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30 марта 2021 № 161н;

- 100701.01 (38.01.02) Продавец, контролер-кассир», Приказ Минобрнауки России от 2 августа 2013 г. №723

**Организация-разработчик:**

Профессиональное образовательное учреждение «ГУМАНИТАРНЫЙ ТЕХКУМ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ, И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров, и координация работы с клиентами» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

#### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров, и координация работы с клиентами
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 3.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

<b>Владеть навыками</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;</li><li>– поиска и выявления потенциальных клиентов;</li><li>– формирования и актуализации клиентской базы;</li><li>– проведения мониторинга деятельности конкурентов;</li><li>– определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;</li><li>– формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;</li><li>– информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;</li><li>– стимулирования клиентов на заключение сделки;</li><li>– взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;</li><li>– закрытия сделок;</li><li>– соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;</li><li>– использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;</li><li>– сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;</li><li>– мониторинг и контроль выполнения условий договоров;</li><li>– анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;</li><li>– выполнения запланированных показателей по объему продаж;</li><li>– разработки программ по повышению лояльности клиентов;</li><li>– разработки мероприятий по стимулированию продаж;</li><li>– информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</li><li>– участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;</li><li>– стимулирования клиентов на заключение сделки;</li><li>– контроля состояния товарных запасов;</li><li>– анализа выполнения плана продаж;</li><li>– информационно-справочного консультирования клиентов;</li><li>– контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;</li><li>– обеспечения соблюдения стандартов организации.</li></ul>
<b>Уметь</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;</li><li>– вести и актуализировать базу данных клиентов;</li><li>– формировать отчетную документацию по клиентской базе;</li><li>– анализировать деятельность конкурентов;</li><li>– определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</li><li>– планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;</li><li>– вести реестр реквизитов клиентов;</li><li>– использовать программные продукты;</li><li>– планировать объемы собственных продаж;</li><li>– устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;</li></ul>

- 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 клиент ориентированности;
- 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

	<p>лояльности клиента;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;</li> <li>– анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;</li> <li>– анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;</li> <li>– вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;</li> <li>– вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;</li> <li>– анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;</li> <li>– обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;</li> <li>– анализировать оборачиваемость складских остатков;</li> <li>– составлять отчетную документацию по продажам;</li> <li>– разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;</li> <li>– инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;</li> <li>– инициативно вести диалог с клиентом;</li> <li>– резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;</li> <li>– определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</li> <li>– разрабатывать рекомендации для клиента;</li> <li>– собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> <li>– анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;</li> <li>– проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;</li> <li>– вести деловую переписку с клиентами и партнерами;</li> </ul> <p>использовать программные продукты.</p>
<p><b>Знать</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– методики выявления потребностей клиентов;</li> <li>– методики выявления потребностей;</li> <li>– технику продаж;</li> <li>– методики проведения презентаций;</li> <li>– потребительские свойства товаров;</li> <li>– требования и стандарты производителя;</li> <li>– принципы и порядок ведения претензионной работы;</li> <li>– ассортимент товаров;</li> <li>– стандарты организации;</li> <li>– стандарты менеджмента качества;</li> <li>– гарантийную политику организации;</li> <li>– специализированные программные продукты;</li> <li>– методики позиционирования продукции организации на рынке;</li> <li>– методы сегментирования рынка;</li> <li>– методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;</li> <li>– инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;</li> <li>– законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;</li> <li>– приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;</li> <li>– основы организации послепродажного обслуживания.</li> </ul>

1.1.4. Перечень личностных результатов

Код	Наименование личностных результатов
-----	-------------------------------------

ЛР 13	Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности.
ЛР 14	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.
ЛР 15	Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.



**1.2. Количество академических часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

<b>Всего на освоение ПМ.01 отведено</b>	<b>449</b>
из них выделено:	
на освоение МДК	292
на самостоятельную работу	13
на учебную практику	36
на производственную практику	108
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>12</b>
<b>Итого по ПМ.01:</b>	<b>461</b>
В том числе:	
<b>в форме практической подготовки</b>	<b>340</b>

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 03

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, ак.ч.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак.ч.						
				Обучение по МДК				Практики		Промежуточная аттестация
				Всего	В том числе			Учебная	Производственная	
					Лабораторных работ и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	<b>Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров, и координация работы с клиентами</b>	305	196	292	196	0	13	36	108	12
	Учебная практика	36	36					36		
	Производственная практика	108	108						108	
	<b>Всего по ПМ.03</b>	<b>449</b>	<b>340</b>	<b>292</b>	<b>196</b>	<b>0</b>	<b>13</b>			
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>12</b>								<b>12</b>
	<b>Итого:</b>	<b>461</b>	<b>340</b>	<b>292</b>	<b>196</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>36</b>	<b>108</b>	<b>12</b>

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ.03)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовой проект (работа)	Объем, акад.ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	
1	2	3	
<b>Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров, и координация работы с клиентами</b>			
<b>МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров, и координация работы с клиентами</b>		<b>305</b>	
<b>Тема 1.1.</b> Формирование клиентской базы	<b>Содержание</b>		
	<b>1.</b> Клиенто-ориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиенто-ориентированности компании.	18	
	<b>2.</b> Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.		
	<b>3.</b> Пути формирования клиентской базы		
	<b>4.</b> Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ).		
	<b>5.</b> Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиенто-ориентированных технологий в России		
	<b>В том числе практических занятий</b>		
	<b>Практическое занятие 1-4.</b> Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	8	
<b>Практическое занятие 5-7.</b> Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	6		
	<b>Практическое занятие 8-9.</b> Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиенто-ориентированности.	8	

<b>Тема 1.2.</b> Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	<b>Содержание</b>	
	<b>1.</b> Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	<b>30</b>
	<b>2.</b> 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»	
	<b>3.</b> 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.	
	<b>4.</b> Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	
	<b>5.</b> Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	
	<b>6.</b> Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	
	<b>7.</b> 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.	
	<b>8.</b> Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	
<b>Практическое занятие 10-11.</b> Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	<b>6</b>	
<b>Практическое занятие 12-13.</b> Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	<b>6</b>	
<b>Практическое занятие 14-15.</b> Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	<b>8</b>	
<b>Практическое занятие 16-17.</b> Организация и проведение деловых переговоров,	<b>6</b>	

	оформление и анализ результатов.	
	<b>Практическое занятие 18-19.</b> Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	6
	<b>Практическое занятие 20-21.</b> Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	6
	<b>Практическое занятие 22-23.</b> Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	6
	<b>Практическое занятие 24-25.</b> Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	8
<b>Тема 1.3.</b> Организация и осуществление продажи потребительских товаров	<b>Содержание</b>	
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	16
	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	
	<b>В том числе практических занятий</b>	
	<b>Практическое занятие 26-27.</b> Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	6
	<b>Практическое занятие 28-30</b> Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	6
<b>Практическое занятие 31-33.</b> Работа с возражениями в процессе продажи товаров	6	
<b>Тема 1.4.</b> Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения	<b>Содержание</b>	
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	10
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	
<b>В том числе практических занятий</b>		

стандартов организации	<b>Практическое занятие 34-35.</b> Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	8
	<b>Практическое занятие 36-37.</b> Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	8
	<b>Практическое занятие 38-39.</b> Оказание содействия клиентам в процессе продажи	6
	<b>Практическое занятие 40-41.</b> Урегулирование спорных вопросов, претензий	6
<b>Тема 1.5.</b> Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	<b>Содержание</b>	
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	8
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3. Методы стимулирования продаж	
	<b>В том числе практических занятий</b>	
	<b>Практическое занятие 42-45.</b> Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	6
	<b>Практическое занятие 46-49.</b> Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	10
<b>Практическое занятие 50-52.</b> Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	10	
<b>Тема 1.6.</b> Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	<b>Содержание</b>	
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	6
	<b>В том числе практических занятий</b>	
	<b>Практическое занятие 53-55.</b> Составление отчетной документации по продажам	8
	<b>Практическое занятие 56-59.</b> ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	6
<b>Практическое занятие 60-62.</b> Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	8	
<b>Тема 1.7.</b> Анализ и контроль состояния товарных запасов	<b>Содержание</b>	
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	4
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	
<b>Практическое занятие 63-65.</b> Анализ состояния складских остатков и их	6	

	оборачиваемости	
<b>Тема 1.8.</b> Организация послепродажного обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов	<b>Содержание</b>	
	<b>1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов</b>	4
	<b>В том числе практических занятий</b>	
	<b>Практическое занятие 66-68.</b> Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	8
	<b>Практическое занятие 69-71.</b> Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	8
	<b>Практическое занятие 72-76.</b> Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	6
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> 1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов 2. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников 3. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 4. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов 5. Разработка Уникального торгового предложения 6. Подготовка презентации товара, 7. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности		<b>36</b>
<b>Производственная практика</b>		<b>72</b>

<p><b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы.</li> <li>2. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия.</li> <li>3. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиенто-ориентированности</li> <li>4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов</li> <li>5. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.</li> <li>6. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции</li> <li>7. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.</li> <li>8. Урегулирование спорных вопросов, претензий.</li> <li>9. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.</li> <li>10. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.</li> <li>11. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов</li> <li>12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.</li> </ol>	
<b>Экзамен по модулю</b>	<b>12</b>
<b>Всего</b>	



### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинеты «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенные в соответствии с п.п. 6.5.1.1 образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п.п. 6.5.1.4 образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п.п. 6.5.1.5 образовательной программы по специальности.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>.

2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>.

3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>.

##### **3.2.2 Дополнительные источники**

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов. - Москва: КНОРУС, 2022. - 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2.

2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов. - 5-е изд., стер. -Москва: КНОРУС,2022. -144с. ISBN 978-5-406-08897-5.

3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широценской. - Москва: КНОРУС, 2022. -312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4.

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

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений;</li> <li>– выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных;</li> <li>– использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.</li> </ul>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывает алгоритм установления контактов;</li> <li>– Формирует коммерческие предложения по продаже товаров;</li> <li>– информирует клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме;</li> <li>– использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости;</li> <li>– планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей;</li> <li>– применяет приемы работы с возражениями клиента;</li> <li>– выбирает и обосновывает методы завершения сделки;</li> <li>– определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>– опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> <li>– суммирует выгоды и предлагает план действий клиенту;</li> <li>– демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– планирует объемы собственных продаж;</li> <li>– разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж;</li> </ul>	<p>Экспертная оценка создания</p>

	– анализирует выполнения плана продаж.	и представления презентаций.
ПК 3.5	– предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.6	– анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ПК 3.7	– проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.
ПК 3.8	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	Экспертная оценка результатов деятельности, обучающихся в процессе освоения образовательной программы: –на практических занятиях –при выполнении работ на различных этапах производственной практики; –при проведении экзаменов по
ОК 01	– распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	
ОК 02	– определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; – оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя	

	современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>– в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.</li> </ul>	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> <li>– грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами;</li> <li>– демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.</li> </ul>	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>– участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>– кратко обосновывает и объясняет свои действия;</li> <li>– пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</li> </ul>	

Личностные результаты обучающихся учитываются в ходе оценки результатов освоения профессионального модуля.