

Департамент образования и науки Курганской области
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
«Курганский государственный колледж»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ
И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

для специальности

38.02.08 Торговое дело

Базовый уровень подготовки

Курган, 2025

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело

Организация-разработчик:

ГБПОУ «Курганский государственный колледж»

Разработчик:

Зинина Марина Викторовна, преподаватель ГБПОУ «Курганский государственный колледж»

Рекомендована к использованию:

Протокол заседания ЦК

экономических и

сельскохозяйственных дисциплин

Протокол №1 от «30» августа 2025г.

Председатель ЦК Н.В. Шарипова

Согласована:

И.о. заместителя директора по
учебной работе Е.С. Узун

©Зинина Марина Викторовна, ГБПОУ КГК

©Курган, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ 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 обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

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

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны	ЛР 1
Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций	ЛР 2
Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих	ЛР 3
Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»	ЛР 4
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России	ЛР 5
Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях	ЛР 6
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	ЛР 7
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства	ЛР 8
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно-сложных или стремительно меняющихся ситуациях	ЛР 9
Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой	ЛР 10
Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	ЛР 11
Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания	ЛР 12
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
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 13

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 14
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	ЛР 15
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса	
Осознающий причастность к истории колледжа и его развитию	ЛР 16
Осознающий нравственные критерии поведения на основе усвоения общечеловеческих ценностей	ЛР 17

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	– сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; – поиска и выявления потенциальных клиентов; – формирования и актуализации клиентской базы; – проведения мониторинга деятельности конкурентов; – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров; – использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи; – сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; – мониторинг и контроль выполнения условий договоров; – анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; – выполнения запланированных показателей по объему продаж; – разработки программ по повышению лояльности клиентов; – разработки мероприятий по стимулированию продаж; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – контроля состояния товарных запасов; – анализа выполнения плана продаж; – информационно-справочного консультирования клиентов; – контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; – обеспечения соблюдения стандартов организации.
------------------	---

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

	– обеспечивать баланс интересов клиента и организации; – обеспечивать соблюдение требований охраны; – разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; – собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; – планировать работу по выполнению плана продаж; – анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; – анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; – анализировать возможности увеличения объемов продаж; – планировать и контролировать поступление денежных средств; – обеспечивать наличие демонстрационной продукции; – применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; – планировать рабочее время для выполнения плана продаж; – планировать объемы собственных продаж; – оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; – разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; – разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; – анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров; – анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники; – анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов; – вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; – вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов; – анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; – обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; – анализировать оборачиваемость складских остатков; – составлять отчетную документацию по продажам; – разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; – инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; – инициативно вести диалог с клиентом; – резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; – определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; – разрабатывать рекомендации для клиента; – собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; – проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
--	--

	– вести деловую переписку с клиентами и партнерами; – использовать программные продукты.
Знать	– методики выявления потребностей клиентов; – методики выявления потребностей; – технику продаж; – методики проведения презентаций; – потребительские свойства товаров; – требования и стандарты производителя; – принципы и порядок ведения претензионной работы; – ассортимент товаров; – стандарты организации; – стандарты менеджмента качества; – гарантийную политику организации; – специализированные программные продукты; – методики позиционирования продукции организации на рынке; – методы сегментирования рынка; – методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции; – инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; – Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; – Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; – Основы организации послепродажного обслуживания.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 482 часов.

Из них на освоение МДК –176 часов.

В том числе, самостоятельная работа – 10 часов.

Консультации – 10 часов

Экзамен (квалификационный) по модулю – 8 часов

Учебная практика – 36 часов

Производственная практика – 252 часа

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической.	Объем профессионального модуля, ак. час.					
				Все го	Обучение по МДК			Практики	
					В том числе				
					Лаборатор ных. и практическ их. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостояте льная работа	учебная	Производстве нная
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	МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	176	102	176	102		10		
	Учебная практика	36						36	
	Производственная практика	252							252
	Консультации	18							
	Экзамен (квалификационный)								
	Всего:	482	102	176	102		10	36	252

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			176
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание		22
	1	Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	2
	2	Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности.Методы удержания клиентов.	2
	3	Пути формирования клиентской базы	2
	4	Рынок информационных систем управления клиентской базой.	2
	5	Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	2
	6	Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	2
	7	Практическое занятие 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	2
	8	Практическое занятие 2. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	2
	9	Практическое занятие 3. Работа с основными критериями выбора CRM-системы.	2
	10	Практическое занятие 4. Изучение программы лояльности торговой организации	2
	11	Практическое занятие 5. Разработка предложений по совершенствованию программы лояльности на основе принципов клиентоориентированности.	2
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и	Содержание		46
	12	Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	2
	13	Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-	2

предпродажной работы		downplanning), планирование «снизу-вверх» (bottom-upplanning), планирование «цели вниз — план вверх» (goalsdown-plansupplanning). Анализ «liketolike»	
	14	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.	2
	15	Организация и правила проведения переговоров.	2
	16	Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	2
	17	Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	2
	18	Мерчандайзинг. Понятие, правила и программы	2
	19	Значение товарного запаса. Понятие и структура розничного товарооборота	2
	20	Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки	2
	21	Основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров	2
	22	Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	2
	23	Размещение товаров в торговом зале. Основы зонирования	2
	24	Практическое занятие 6. Планирование продаж с применением различных методов.	2
	25	Практическое занятие 7. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2
	26	Практическое занятие 8. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2
	27	Практическое занятие 9. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2
	28	Практическое занятие 10. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных	2

		продуктов.	
	29	Практическое занятие 11. Использование интернет-ресурсов для оптимизации торговых процессов. Планирование торговых зон с применением цифровых технологий	2
	30	Практическое занятие 12. Методы расчета товарных запасов	2
	31	Практическое занятие 13. Использование планограмм для выкладки товаров и оформления витрин	2
	32	Практическое занятие 14. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2
	33	Практическое занятие 15. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2
	34	Самостоятельная работа Способы сохранения клиентской базы	2
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание		20
	35	Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	2
	36	Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	2
	37	Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	2
	38	Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	2
	39	Практическое занятие 16. Структура торгово – технологические процесса торгового предприятия	2
	40	Практическое занятие 17. Оформление документа об оплате в различных торговых предприятиях. Правильное оформление и ведение товарного учета.	2
	41	Практическое занятие 18. Отличительные характеристики техники продаж маркетплейсов от интернета - торговли	2
	42	Практическое занятие 19. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2
	43	Практическое занятие 20. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	2
	44	Практическое занятие 21. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	2
Тема 1.4. Обеспечение эффективного	Содержание		16
	45	Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	2

взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	46	Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	2
	47	Практическое занятие 22. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2
	48	Практическое занятие 23. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2
	49	Практическое занятие 24. Основные критерии обслуживания клиентов. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2
	50	Практическое занятие 25. Разработка и внедрение стандартов обслуживания клиентов. Оценка эффективности стандартов обслуживания клиентов.	2
	51	Практическое занятие 26. Правила обслуживания клиентов. Урегулирование спорных вопросов, претензий.	2
	52	Самостоятельная работа Контроль за соблюдением договорных обязательств	2
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание		20
	53	Позиционирование продукции организации на рынке	2
	54	Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	2
	55	Методы стимулирования продаж	2
	56	Практическое занятие 27. Сбор и систематизация данных объема продаж. Анализ данных по объемам продаж.	2
	57	Практическое занятие 28. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж. Плюсы и минусы стимулирования продаж	2
	58	Практическое занятие 29. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж. Характеристики методов стимулирования продаж	2
	59	Практическое занятие 30. Оценка эффективности действия методов продаж	2
	60	Практическое занятие 31. Виды мероприятий, направленных на стимулирование сбыта	2
	61	Практическое занятие 32. Основные мероприятия по стимулированию сбыта для предприятий розничной торговли. Пошаговая разработка мероприятий по стимулированию сбыта.	2
Тема 1.6. Организация контроля	Содержание		20
	63	Понятие контроля продаж, его значимость. Внутренний и внешний	2

продаж. Оценка эффективности продаж		контроль продаж.	
	64	Практическое занятие 33. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	2
	65	Практическое занятие 34. Составление отчетной документации по продажам	2
	66	Практическое занятие 35. Расчет основных показателей для проведения анализа продаж	2
	67	Практическое занятие 36. Методы анализа продаж, разбор возникающих трудностей и ошибок	2
	68	Практическое занятие 37. ABC - анализ текущей клиентской базы.	2
	69	Практическое занятие 38. XYZ-анализ текущей клиентской базы.	2
	70	Практическое занятие 39. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS)	2
	71	Практическое занятие 40. Формирование отчета о работе с текущей базой (ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR)	2
	72	Практическое занятие 41. Формирование отчета о работе с текущей базой (среднего дохода на покупателя – ARC)	2
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов		Содержание	16
	73	Понятие склада, его виды и назначение	2
	74	Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	2
	75	Практическое занятие 42. Организация складского хозяйства. Значимость документооборота на складе торгового предприятия	2
	76	Практическое занятие 43. Систематизация и штрихкодирование	2
	77	Практическое занятие 44. Процессы управления товарными запасами. Направления политики управления товарными запасами.	2
	78	Практическое занятие 45. Расчет коэффициента оборачиваемости. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2
	79	Самостоятельная работа Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации	2
	80	Самостоятельная работа Оформление документации при отгрузке/выдаче продукции	2
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания,		Содержание	16
	81	Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	2
	82	Уровни консультационно-информационного сопровождения клиентов	2

консультационно-информационное сопровождение клиентов	83	Практическое занятие 46. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	2
	84	Практическое занятие 47. Разработка плана (стратегии) послепродажного обслуживания клиента	2
	85	Практическое занятие 48. Значение направлений послепродажного обслуживания	2
	86	Практическое занятие 49. Оценка эффективности работы предприятия путем обратной связи с клиентами	2
	87	Практическое занятие 50. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия	2
	88	Практическое занятие 51. Стимулирование клиентов на повторную покупку	2
Учебная практика Виды работ Работа с информационными источниками клиентской базы Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.			36
Производственная практика Виды работ Анализ клиентской базы Организация обслуживания клиентов Мерчандайзинг – аудит торгового объекта Разработка и формирование мероприятий, связанных с планированием продаж Технологии продаж потребительских товаров с применением интернет – маркетинга Контроль продаж, его значимость. Внутренний и внешний контроль продаж Выполнение операций по отгрузке/выдаче и контролю продукции Использование специальных программных продуктов при мониторинге выполнения условий договора			252
Консультации			10
Экзамен (квалификационный) по модулю			8
Всего			482

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинет «Междисциплинарных курсов», оснащенный следующим оборудованием:

- рабочее место преподавателя
- комплект учебной мебели
- классная доска
- персональный компьютер,
- презентационное оборудование (экран, интерактивная доска, мультимедиа проектор)
- учебные стенды
- учебные пособия и раздаточный материал по дисциплине.

Лаборатория «Информационные технологии в профессиональной деятельности»

- рабочее место преподавателя
- рабочие места по количеству обучающихся
- комплект учебной мебели
- классная доска
- персональный компьютер,
- презентационное оборудование (экран, интерактивная доска, мультимедиа проектор)
- компьютеры с профессиональным программным обеспечением.

Оснащение баз практик:

Учебная практика реализуется в лаборатории колледжа и оснащена оборудованием, обеспечивающим выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессионального модуля ПМ.01.

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

Допускается замена оборудования его виртуальными.

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. Синяева, И.М. 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+менеджмент>

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. Скоробогатых, И.И. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широченской.- 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	– Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений; – Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; – Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.
ПК 3.2	– Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; – Информировать клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; – Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости; – Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей; – Применяет приемы работы с возражениями клиента; – Выбирает и обосновывает методы завершения сделки; – Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.	Экспертная оценка контрольных / проверочных работ. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приемов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приемов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
ПК 3.3	– Оpoznает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	Экспертная оценка создания и представления презентаций.
ПК 3.4	– Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по	

	выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж.	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.5	– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	
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.	
ПК 3.8	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	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.
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).	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях
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	– при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессиональ

	технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	ного экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 04	– Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.	
ОК 05	– Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.	
ОК 09	– Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – Кратко обосновывает и объясняет свои действия; – Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	