

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, 2024

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 2024 г.

Согласована:

Заместитель директора по  
учебной работе Е.С. Узун

Председатель ЦК      Н.В. Шарипова

© Зинина Марина Викторовна, ГБПОУ КГК

©Курган, 2024

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

**1.1.2. Перечень профессиональных компетенций**

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

<p align="center"><b>Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)</b></p>	<p align="center"><b>Код личностных результатов реализации программы воспитания</b></p>
<p>Осознающий себя гражданином и защитником великой страны</p>	<p align="center"><b>ЛР 1</b></p>
<p>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</p>	<p align="center"><b>ЛР 2</b></p>
<p>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</p>	<p align="center"><b>ЛР 3</b></p>
<p>Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионально конструктивного «цифрового следа»</p>	<p align="center"><b>ЛР 4</b></p>
<p>Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России</p>	<p align="center"><b>ЛР 5</b></p>
<p>Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях</p>	<p align="center"><b>ЛР 6</b></p>
<p>Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.</p>	<p align="center"><b>ЛР 7</b></p>
<p>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</p>	<p align="center"><b>ЛР 8</b></p>
<p>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 ситуативнoсложных или стремительно меняющихся ситуациях</p>	<p align="center"><b>ЛР 9</b></p>
<p>Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой</p>	<p align="center"><b>ЛР 10</b></p>

Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры	<b>ЛР 11</b>
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	<b>ЛР 12</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</b>	
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	<b>ЛР 13</b>
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	<b>ЛР 14</b>
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий	<b>ЛР 15</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса</b>	
Осознающий причастность к истории колледжа и его развитию	<b>ЛР 16</b>
Осознающий нравственные критерии поведения на основе усвоения общечеловеческих ценностей	<b>ЛР 17</b>

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<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> </ul>
------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <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>
Уметь	<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> <li>– использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;</li> <li>– формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;</li> <li>– планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;</li> <li>– использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;</li> <li>– предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;</li> <li>– опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> </ul>

- 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

	<p>клиентов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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> <li>– использовать программные продукты.</li> </ul>
Знать	<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>

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

Всего часов – 624 часов.

Из них на освоение МДК –210 часов.

В том числе, самостоятельная работа – 10 часов.

Консультации – 10 часов

Экзамен (квалификационный) по модулю – 8 часов

Учебная практика – 36 часов

Производственная практика – 144 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.							
				Всего	Обучение по МДК				Практики		
					В том числе				Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа				
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	<b>210</b>	136	200	136	X	10	X		<b>X</b>	
	Учебная практика	<b>36</b>							36		
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	<b>360</b>									
	Промежуточная аттестация	<b>18</b>									
	<b>Всего:</b>	<b>624</b>	<b>136</b>	<b>200</b>	<b>136</b>	<b>X</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>360</b>	

**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
<b>МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</b>		<b>210</b>
<b>Тема 1.1. Формирование клиентской базы</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p>1 Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.</p> <p>2 Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.</p> <p>3 Пути формирования клиентской базы</p> <p>4 Рынок информационных систем управления клиентской базой.</p> <p>5 Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).</p> <p>6 Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России</p> <p>7 <b>Практическое занятие 1.</b> Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации</p> <p>8 <b>Практическое занятие 2.</b> Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.</p> <p>9 <b>Практическое занятие 3.</b> Работа с основными критериями выбора CRM-системы.</p> <p>10 <b>Практическое занятие 4.</b> Изучение программы лояльности торговой организации</p> <p>11 <b>Практическое занятие 5.</b> Разработка предложений по совершенствованию программы лояльности на основе принципов клиентоориентированности.</p>	<p><b>22</b></p> <p>2</p>
<b>Тема 1.2. Организация и осуществление</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p>12 Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий</p>	<p><b>52</b></p> <p>2</p>

преддоговорной и предпродажной работы	13	Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»	2
	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	<b>Практическое занятие 6.</b> Планирование с применением различных методов	2
	25	<b>Практическое занятие 7.</b> Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2
	26	<b>Практическое занятие 8.</b> Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2
27	<b>Практическое занятие 9.</b> Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2	
28	<b>Практическое занятие 10.</b> Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2	

	29	<b>Практическое занятие 11.</b> Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2
	30	<b>Практическое занятие 12.</b> Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2
	31	<b>Практическое занятие 13.</b> Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	2
	32	<b>Практическое занятие 14.</b> Планирование торговых зон с применением цифровых технологий	2
	33	<b>Практическое занятие 15.</b> Методы расчета товарных запасов	2
	34	<b>Практическое занятие 16.</b> Использование планограмм для выкладки товаров и оформления витрин	2
	35	<b>Практическое занятие 17.</b> Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2
	36	<b>Практическое занятие 18.</b> Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2
	37	<b>Самостоятельная работа</b> Способы сохранения клиентской базы	2
<b>Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров</b>	<b>Содержание</b>		<b>22</b>
	38	Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	2
	39	Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	2
	40	Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	2
	41	Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	2
	42	<b>Практическое занятие 19.</b> Структура торгово – технологические процесса торгового предприятия	2
	43	<b>Практическое занятие 20.</b> Оформление документа об оплате в различных торговых предприятиях	2
	44	<b>Практическое занятие 21.</b> Правильное оформление и ведение товарного учета	2
	45	<b>Практическое занятие 22.</b> Отличительные характеристики техники продаж маркетплейсов от интернета - торговли	2
	46	<b>Практическое занятие 23.</b> Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2
	47	<b>Практическое занятие 24.</b> Подготовка презентации товара для клиентов	2

		с учетом их потребностей	
	48	<b>Практическое занятие 25.</b> Работа с возражениями в процессе продажи товаров	2
<b>Тема 1.4.</b> <b>Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации</b>	<b>Содержание</b>		<b>24</b>
	49	Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	2
	50	Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	2
	51	<b>Практическое занятие 26.</b> Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2
	52	<b>Практическое занятие 27.</b> Осуществление процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2
	53	<b>Практическое занятие 28.</b> Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2
	54	<b>Практическое занятие 29.</b> Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2
	55	<b>Практическое занятие 30.</b> Основные критерии обслуживания клиентов	2
	56	<b>Практическое занятие 31.</b> Разработка и внедрение стандартов обслуживания клиентов	2
	57	<b>Практическое занятие 32.</b> Оценка эффективности стандартов обслуживания клиентов	2
	58	<b>Практическое занятие 33.</b> Правила обслуживания клиентов	2
	59	<b>Практическое занятие 34.</b> Урегулирование спорных вопросов, претензий	2
	60	<b>Самостоятельная работа</b> Контроль за соблюдением договорных обязательств	2
<b>Тема 1.5.</b> <b>Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса</b>	<b>Содержание</b>		<b>28</b>
	61	Позиционирование продукции организации на рынке	2
	62	Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	2
	63	Методы стимулирования продаж	2
	64	<b>Практическое занятие 35.</b> Сбор и систематизация данных объема продаж	2
	65	<b>Практическое занятие 36.</b> Анализ данных по объемам продаж	2
	66	<b>Практическое занятие 37.</b> Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	2
	67	<b>Практическое занятие 38.</b> Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2

	68	<b>Практическое занятие 39.</b> Плюсы и минусы стимулирования продаж	2
	69	<b>Практическое занятие 40.</b> Характеристики методов стимулирования продаж	2
	70	<b>Практическое занятие 41.</b> Оценка эффективности действия методов продаж	2
	71	<b>Практическое занятие 42.</b> Виды мероприятий, направленных на стимулирование сбыта	2
	72	<b>Практическое занятие 43.</b> Основные мероприятия по стимулированию сбыта для предприятий розничной торговли	2
	73	<b>Практическое занятие 44.</b> Пошаговая разработка мероприятий по стимулированию сбыта	2
	74	<b>Самостоятельная работа</b> Контроль состояния товарных запасов	2
<b>Тема 1.6.</b> <b>Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж</b>	<b>Содержание</b>		<b>22</b>
	75	Понятие контроля продаж, его значимость. Внутренний и внешний контроль продаж.	2
	76	<b>Практическое занятие 45.</b> Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота.	2
	77	<b>Практическое занятие 46.</b> Формирование отчетов о продажах	2
	78	<b>Практическое занятие 47.</b> Составление отчетной документации по продажам	2
	79	<b>Практическое занятие 48.</b> Расчет основных показателей для проведения анализа продаж	2
	80	<b>Практическое занятие 49.</b> Методы анализа продаж, разбор возникающих трудностей и ошибок	2
	81	<b>Практическое занятие 50.</b> ABC - анализ текущей клиентской базы.	2
	82	<b>Практическое занятие 51.</b> XYZ-анализ текущей клиентской базы.	2
	83	<b>Практическое занятие 52.</b> Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS)	2
	84	<b>Практическое занятие 53.</b> Формирование отчета о работе с текущей базой (ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR)	2
85	<b>Практическое занятие 54.</b> Формирование отчета о работе с текущей базой (среднего дохода на покупателя – ARC)	2	
<b>Тема 1.7.</b> <b>Анализ и контроль состояния товарных</b>	<b>Содержание</b>		<b>22</b>
	86	Понятие склада, его виды и назначение	2
	87	Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	2

<b>запасов</b>	88	<b>Практическое занятие 55.</b> Значимость документооборота на складе торгового предприятия	2
	89	<b>Практическое занятие 56.</b> Организация складского хозяйства	2
	90	<b>Практическое занятие 57.</b> Систематизация и штрихкодирование	2
	91	<b>Практическое занятие 58.</b> Процессы управления товарными запасами	2
	92	<b>Практическое занятие 59.</b> Направления политики управления товарными запасами	2
	93	<b>Практическое занятие 60.</b> Расчет коэффициента оборачиваемости	2
	94	<b>Практическое занятие 61.</b> Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2
	95	<b>Самостоятельная работа</b> Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации	2
	96	<b>Самостоятельная работа</b> Оформление документации при отгрузке/выдаче продукции	2
<b>Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов</b>	<b>Содержание</b>		<b>18</b>
	97	Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	2
	98	Уровни консультационно-информационного сопровождения клиентов	2
	99	<b>Практическое занятие 62.</b> Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	2
	100	<b>Практическое занятие 63.</b> Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	2
	101	<b>Практическое занятие 64.</b> Значение направлений послепродажного обслуживания	2
	102	<b>Практическое занятие 65.</b> Разработка стратегии послепродажного обслуживания	2
	103	<b>Практическое занятие 66.</b> Оценка эффективности работы предприятия путем обратной связи с клиентами	2
	104	<b>Практическое занятие 67.</b> Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия	2
105	<b>Практическое занятие 68.</b> Стимулирование клиентов на повторную покупку	2	
<b>Учебная практика Виды работ Работа с информационными источниками клиентской базы</b>			<b>36</b>

<p>Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов</p> <p>Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.</p>	
<p><b>Производственная практика</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <p>Анализ клиентской базы</p> <p>Организация обслуживания клиентов</p> <p>Мерчандайзинг – аудит торгового объекта</p> <p>Разработка и формирование мероприятий, связанных с планированием продаж</p> <p>Технологии продаж потребительских товаров с применением интернет – маркетинга</p> <p>Контроль продаж, его значимость. Внутренний и внешний контроль продаж</p> <p>Выполнение операций по отгрузке/выдаче и контролю продукции</p> <p>Использование специальных программных продуктов при мониторинге выполнения условий договора</p>	<b>360</b>
<b>Консультации</b>	<b>10</b>
<b>Экзамен (квалификационный) по модулю</b>	<b>8</b>
<b>Всего</b>	<b>624</b>

### **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	<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>– Информировывает 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 предлагать план действий клиенту;</li> <li>– Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Планирует объемы собственных продаж;</li> <li>– Разрабатывает мероприятия по</li> </ul>	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>

	<p>выполнению плана продаж;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Анализирует выполнения плана продаж.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</li> <li>– Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.</li> </ul>	
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов</li> </ul>	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ПК 3.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных;</li> <li>– Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.</li> </ul>	
ПК 3.8	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания;</li> <li>– Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</li> <li>– Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>– Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>– Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях</li> </ul>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>– Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</li> <li>– Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессиональ</li> </ul>

	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	<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 соответствии 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>	