**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ**

**РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

**ГБПОУ РК «КЕРЧЕНСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

|  |  |
| --- | --- |
| Введено в действие  приказом директора  от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.  № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | УТВЕРЖДАЮ  Зам. директора по УПр  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С.Ю. Письменная |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММа ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

2024 г.

|  |  |
| --- | --- |
| СОГЛАСОВАНО  на заседании методического совета  Протокол № \_\_\_\_\_\_  от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.  Председатель методсовета  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С.В. Казак | Рассмотрено и одобрено на заседании предметной цикловой комиссии социально-экономических дисциплин  Протокол № \_\_\_\_\_\_  от «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_ г.  Председатель ПЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Е.В. Рахматулина |
| СОГЛАСОВАНО  Старший менеджер по продажам и работе с персоналом ООО «ЭКЦ» ЭТАЛОН»  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.Ю Капелюшная  «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_г. |  |

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования утвержденного Приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. №548, с учетом примерной образовательной программы специальности 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа специальности 38.00.00 Экономика и управление

Организация-разработчик: ГБПОУ РК «Керченский политехнический колледж»

Разработчики:

Ходюш Диана Викторовна, преподаватель;

Эксперт от работодателя:

ООО «ЭКЦ» ЭТАЛОН»,

Старший менеджер по продажам и работе с персоналом\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.Ю Капелюшная

# **СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| **1.ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 5 |
| 1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 9 |
| 1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ** | 16 |
| 1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 21 |

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

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

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

1.1.1 Перечень общих компетенций

Инвариантные целевые ориентиры воспитания в соответствии с Рабочей программой воспитания, входящей в состав настоящей образовательной программы, соотносятся с общими компетенциями (далее -ОК), формирование которых является результатом освоения программ подготовки специалистов среднего звена в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Общие компетенции** |
| **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. 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 использование 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 студент 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 –360 часов, в том числе:

в форме практической подготовки -244 часов

во взаимодействие с преподавателем:

* + - теоретическое обучение -70 часов;
    - практические занятия -136 часов;
    - учебная практика -36 часов;
    - производственная практика- 72 часа;
    - консультации -16 часа;

промежуточная аттестация -14 часов;

самостоятельная работа студента -16 часов

1. Структура и содержание профессионального модуля

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Коды профессиональных и общих компетенций** | **Наименования разделов профессионального модуля** | **Суммарн ый объем нагрузки,** час | **в т.ч. ф форме практической подготовки** | **Во взаимодействие с преподавателем**, час | | | | | | | **Самостоят ельная работа** |
| **Обучение по МДК** | | | | | **Практики** | |
| **Всего** | **в том числе** | | | | учебна я | производ ственная |
| лабораторные ,  практические  занятия, семинар | курсовая работа (проект) | консуль тации | промеж уточная аттестация |
| 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. | **Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** | **234** | **136** | **206** | -,136,- | **-** | **6** | **6** | **-** | **-** | **16** |
| 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. | **Учебная практика,**  **часов** | **36** | **36** |  | | |  | | **36** |  | **-** |
| 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. | **Производственная практика (по профилю специальности)**  **часов** | **72** | **72** | **\*** | **\*** | **-** | **72** | **-** |
|  | **Экзамен по модулю** | **18** |  |  | | | **10** | **8** |  |  |  |
| **Всего:** | | **360** | **244** | **206** | **136** | **-** | **16** | **14** | **36** | **72** | **16** |

### 2.2.Тематический план и содержание профессионального модуля

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование раздела профессионального модуля (ПМ), междисциплинарного**  **курса (МДК), темы** | **Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовой проект (работа)** *(если предусмотрены)* | | **Объем часов/в т.ч. в форме практической подготовки** |
| **1** | **2** | | **3** |
| **Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** | | | **360/244** |
| **МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** | | | **234/136** |
| **Тема 1.1.**  **Формирование клиентской базы** | **Содержание** | | **28/12** |
| 1 | Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. | 2 |
| 2 | Потребительская лояльность. | 2 |
| 3 | Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. | 2 |
| 4 | Пути формирования клиентской базы | 2 |
| 5 | Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, СMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). | 2 |
| 6 | Основные критерии выбора CRM-системы. | 2 |
| **Практические занятия** | | **12/12** |
| 1 | Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации | 4 |
| 2 | Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. | 4 |
| 3 | Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности. | 4 |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | **4** |
| 1 | Методы удержания клиентов. | 2 |
| 2 | Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России | 2 |
| **Тема 1.2.**  **Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы** | **Содержание** | | **54/32** |
| 1 | Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий | 2 |
|
| 2 | Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like» | 2 |
| 3 | Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. | 2 |
| 4 | Подготовка и направление коммерческих предложений. | 2 |
| 5 | Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. | 2 |
| 6 | Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине | 2 |
| 7 | Мерчандайзинг. понятие, правила и программы | 2 |
| 8 | 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. | 2 |
| 9 | Методика построения планограммы. | 2 |
| **Практические занятия** | | **32/32** |
| 4 | Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. | 4 |
| 5 | Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. | 4 |
| 6 | Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж | 4 |
| 7 | Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. | 4 |
| 8 | Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов. | 4 |
| 9 | Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов. | 4 |
| 10 | Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. | 4 |
| 11 | Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов | 4 |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | **4** |
| 3 | Организация и правила проведения переговоров. | 2 |
| 4 | Правила оформления ценников. | 2 |
| **Тема 1.3.**  **Организация и осуществление продажи потребительских товаров** | **Содержание** | | **26/14** |
| 1 | Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. | 2 |
| 2 | Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах | 2 |
| 3 | Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок | 2 |
| 4 | Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров | 4 |
| **Практические занятия** | | **14/14** |
| 12 | Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи | 4 |
| 13 | Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей | 6 |
| 14 | Работа с возражениями в процессе продажи товаров | 4 |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | **2** |
| 5 | Техники закрытия сделок | 2 |
| **Тема 1.4.**  **Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации** | **Содержание** | | **24/16** |
| 1 | Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина | 2 |
| 2 | Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. | 4 |
| **Практические занятия** | | **16/16** |
| 15 | Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации | 4 |
| 16 | Продажа дополнительных услуг торгового предприятия | 4 |
| 17 | Оказание содействия клиентам в процессе продажи | 4 |
| 18 | Урегулирование спорных вопросов, претензий | 4 |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | **2** |
| 6 | Алгоритм ответа на претензию | 2 |
| **Тема 1.5.**  **Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса** | **Содержание** | | **22/14** |
| 1 | Позиционирование продукции организации на рынке | 2 |
| 2 | Методы сегментирования рынка. | 2 |
| 3 | Портрет клиента. | 2 |
| 4 | Методы стимулирования продаж | 2 |
| **Практические занятия** | | **14/14** |
| 19 | Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж | 4 |
| 20 | Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж | 4 |
| 21 | Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж | 6 |
| **Тема 1.6.**  **Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж** | **Содержание** | | **30/20** |
| 1 | Внутренний и внешний контроль продаж. | 2 |
| 2 | Внешний контроль продаж | 2 |
| 3 | Формирование отчетов о продажах | 4 |
| **Практические занятия** | | **20/20** |
| 22 | Составление отчетной документации по продажам | 6 |
| 23 | ABC-анализ текущей клиентской базы. | 4 |
| 24 | XYZ-анализ текущей клиентской базы. | 4 |
| 25 | Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC) | 6 |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | **2** |
| 7 | Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. | 2 |
| **Тема 1.7.**  **Анализ и контроль состояния товарных запасов** | **Содержание** | | **16/10** |
| 1 | Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль | 4 |
| **Практические занятия** | | **10/10** |
| 26 | Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости | 4 |
| 27 | Расчет товарных запасов | 6 |
| **Самостоятельная работа обучающихся** | | **2** |
| 8 | Алгоритм работы с товарными запасами на складах | 2 |
| **Тема 1.8.**  **Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов** | **Содержание** | | **22/18** |
| 1 | Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов | 4 |
| **Практические занятия** | | **18/18** |
| 28 | Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. | 6 |
| 29 | Разработка плана послепродажного обслуживания клиента | 6 |
| 30 | Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия» | 6 |
| **Консультации** | | | 6 |
| **Промежуточная аттестация экзамен по МДК 03.01** | | | **6** |
| **Учебная практика МДК 03.01.**  **Виды работ:**   1. Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. 2. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. 3. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. 4. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. 5. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. 6. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. 7. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; 8. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств;   Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. | | | **36/36** |
| **Производственная практика МДК 03.01.**  **Виды работ:**  Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий.  Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.  Оформление витрин и выставок.  Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов.  Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки.  Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.  Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.  Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов.  Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.  Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов.  Анализ товарных запасов с применением программных продуктов.  Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания | | | **72/72** |
| **Консультации** | | | **10** |
| **Промежуточная аттестация экзамен по модулю** | | | **8** |
| **Всего:** | | | **360** |

**3.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов, эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование оборудования | Техническое описание |
| I Специализированная мебель и системы хранения | | |
| Основное оборудование | | |
| 1 | рабочие места обучающихся | Офисный стол ((ШхГхВ) 1200х700х780 столешница не тоньше 25 мм)  Стул (4 ножки, без подлокотников) |
| 2 | Рабочее место преподавателя | Офисный стол ((ШхГхВ) 1200х700х780 столешница не тоньше 25 мм)  Стул (4 ножки, без подлокотников) |
| 3 | Шкаф для хранения учебной и методической литературы |  |
| 4 | Доска магнитно-меловая | трехсекционная |
| II Технические средства | | |
| Основное оборудование | | |
| 1 | Автоматизированное рабочее место преподавателя | Ноутбук с лицензионным программным обеспечением (имеется доступ к сетиInternet) |
| 2 | Автоматизированное рабочее место обучающегося по количеству учащихся | Ноутбуки с лицензионным программным обеспечением (имеется доступ к сетиInternet) |
| III Демонстрационные учебно-наглядные пособия | | |
| Основное оборудование | | |
| 1 | Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы | Из расчета на каждую группу курса - по 1 экземпляру |
| 2 | Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы | Из расчета на 25 чел |
| Дополнительное оборудование | | |
| 1 | Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы |  |
| 2 | Тренировочные комплексы |  |

Реализация программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации имеющей в наличии оборудование, инструменты, расходные материалы, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

Мастерская «Учебный магазин»

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Наименование оборудования | Техническое описание |
| I Специализированная мебель и системы хранения | | |
| Основное оборудование | | |
| 1 | Стол компьютерный |  |
| 2 | Стул |  |
| II Технические средства | | |
| Основное оборудование | | |
| 1 | Автоматизированное рабочее место преподавателя | Ноутбук с лицензионным программным обеспечением (имеется доступ к сетиInternet) |
| 2 | Автоматизированное рабочее место обучающегося | Ноутбуки с лицензионным программным обеспечением (имеется доступ к сетиInternet) |
| 3 | Проектор |  |
| 4 | Экран для проектора |  |
| III Демонстрационные учебно-наглядные пособия | | |
| Основное оборудование | | |
| 1 | Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
| 2 | Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы | из расчета на 25 чел. |
| 3 | Витрины | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
| 4 | Контрольно-кассовые машины, контрольно-кассовая техника и (или) их виртуальные аналоги | Кассовый аппарат Пионер-114Ф (3G) без ФН , или аналог  из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Весоизмерительное оборудование | Весы электронные из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз, весы товарные 1 ед |
| 5 | Терминалы сбора данных (ТСД) ( специализированное устройство со встроенным сканером штрих-кодов). | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Сканер с возможностью считывания акцизных марок для работы в ЕГАИС. | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Компьютер с монитором; | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Принтер (для печати ценников) | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Онлайн-касса | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Программируемая клавиатура кассира; | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Денежный ящик; | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Терминал безналичной оплаты; | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Дисплей покупателя (при необходимости); | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Весы с печатью этикеток (при необходимости | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Детектор купюр | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Муляжи товаров |  |
|  | Пристенные и островные горки | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Стеллажи | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз |
|  | Рекламно-выставочный инвентарь (манекены, держатели для одежды, подставки и т.д) |  |
| Дополнительное оборудование | | |
| 1 | Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
| 2 | Тренировочные комплексы | по профилю дисциплины. |
|  | Информационный стенд | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
|  | Системы защиты товаров (деактиваторы и магнитные съемники) |  |
|  | Измельчительно-режущее оборудование (слайсер) | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
|  | Макет холодильного оборудования (на усмотрение образовательной организации) | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
|  | Промо-стойка | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
|  | Онлайн-эквайринг | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
|  | Этикет-пистолет | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
|  | Ценникодержатели |  |
|  | POS-материалы | из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |
|  | Инвентарь для отбора товаров покупателями | Тележки, корзины из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. |

Производственная практика реализуется в организациях торгового профиля, обеспечивающих получение обучающимися практического опыта в профессиональной области 08 Финансы и экономика; 33 Сервис, оказание услуг населению.

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

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе.

**3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. *Гаврилов, Л. П.* Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541305>
2. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16956-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538301>
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, 2024. — 196 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16967-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537436>

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Жулидов, С. И. Организация торговли : учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2156143– Режим доступа: по подписке

**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 по установленным критериям.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной практике.  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.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях;  – при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики;  - при проведении защиты отчетов по учебной, производственной практик;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю |
| ПК 3.2 | -Разрабатывает алгоритм установления контактов;  -Формирует коммерческие предложений по продаже товаров;  -Информирует 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. |
| ПК 3.3 | -Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;  -Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту;  -Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. |
| ПК 3.4 | -Планирует объемы собственных продаж;  -Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж;  -Анализирует выполнения плана продаж. |
| 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 |
| 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. |
| ОК 01 | * распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; * определяет этапы решения задачи; * эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; * демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; * реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) |
| ОК 02 | * определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; * структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; * оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; * применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 04 | * эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности. |
| ОК 05 | * грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 09. | * понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; * участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; * строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; * пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. |