|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Областное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение**  **«Ульяновский техникум питания и торговли»** | | |
| **Рабочая программа учебной дисциплины**  **«ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)»**  Соответствует ГОСТ Р ИСО 9001-2015, ГОСТ Р 52614.2-2006 (**п. 4.1, 4.2.3, 4.2.4, 5.5.3, 5.6.2, 7.5, 8.2.3, 8.4, 8.5)** | Редакция № 1  Изменение № 0 | **Лист 1 из 43** |
| **Экз. №** |

**Рабочая ПРОГРАММа профессионального модуля**

**«ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров**

**и координация работы с клиентами»**

специальность

**38.02.08 Торговое дело**

г. Ульяновск 2024 г***.***

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело**»** (утвержденного приказом Минобрнауки России от 19.07.2023г.№548)

|  |  |
| --- | --- |
| РЕКОМЕНДОВАНА | УТВЕРЖДАЮ |
| на заседании МК УГПС 38.00.00  «Экономика и управление»  Председатель МК *Т.Н. Еграшкина*  Протокол *№ 1 от «26» августа 2024г.* | Заместитель директора по учебной работе  *Ю.Ю. Бесова*   |  | | --- | | *подпись* |   *«26» августа 2024г* |

РЕЦЕНЗЕНТ Территориальный управляющий АО «Тандер» О.П. Клочкова

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ |  |
| СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ |  |
| КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ |  |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы   
с клиентами (по выбору)»**

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 (по выбору)» 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 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 | Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| ПК 3.8 | Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| 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 - 504

в том числе в форме практической подготовки - 504

Из них на освоение МДК –360

в том числе самостоятельная работа - \_\_\_\_\_\_\_

практики, в том числе учебная – 36

производственная часов 108

Промежуточная аттестация

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | |
| Всего | В том числе | | | |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работ | Промежуточная аттестация | Учебная | Производственная |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. | Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | 360 | 360 | 360 |  |  |  |  |  |  |
|  | Учебная практика | 36 | 36 |  |  |  |  |  | 36 |  |
|  | Производственная практика | 108 | 108 |  |  |  | | | | 108 |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | | |  |
|  | Всего: | 504 | 504 | 360 |  |  |  |  | 36 | 108 |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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) |  | Код ПК, ОК |
| Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | | 360/360 |  |
| МДК.03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | | 360/360 |  |
| Тема 1.1.  Формирование клиентской базы | Содержание |  |  |
| 1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. | 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. |
| 2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. |
| 3. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, СMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). |
| 4. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России |
| В том числе практических занятий |  |  |
| Практическое занятие 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 2. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Тема 1.2.  Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы | Содержание |  |  |
| 1. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров. | 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. |
| 2. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. |
| 3. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий |
| 4. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы |
| 5. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине. |
| 6. 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. Применение интернет вещей при организации точки продаж. |
| 7. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников. |
| 8. 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» |
| В том числе практических занятий |  |  |
| Практическое занятие 3. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 4. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 5. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 6. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 7. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов. |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 8. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых площадей относительно поведения клиентов. |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 9. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 10. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Тема 1.3.  Организация и осуществление продажи потребительских товаров | Содержание |  |  |
| 1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. | 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. |
| 2. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок |
| 3. Методики подготовки и проведения презентаций потребительских товаров |
| В том числе практических занятий |
| Практическое занятие 11. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи |
| Практическое занятие 12. Подготовка презентации товара для клиента с учетом его потребностей |
| Практическое занятие 13. Работа с возражениями клиента в процессе продажи товаров |
| Тема 1.4.  Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров и соблюдения стандартов организации | Содержание |  |  |
| 1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. | 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. |
| 2. Принципы и порядок ведения претензионной работы |
| В том числе практических занятий |  |  |
| Практическое занятие 14. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 15. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 16. Оказание содействия клиентам в процессе продажи |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 17. Урегулирование спорных вопросов, претензий |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 18. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Тема 1.5.  Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса | Содержание |  |  |
| 1. Позиционирование продукции организации на рынке | 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. |
| 2. Методы сегментирования рынка |
| В том числе практических занятий |  |  |
| Практическое занятие 19–20. Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 21. Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 22–23. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 24. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Тема 1.6.  Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж | Содержание |  |  |
| 1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов. | 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. |
| В том числе практических занятий |  |  |
| Практическое занятие 25. Составление отчетной документации по продажам |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 26. ABCXYZ-анализ текущей базы |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 27–28. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC) |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Тема 1.7.  Контроль состояния товарных запасов | Содержание |  |  |
| 1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль | 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. |
| В том числе практических и лабораторных занятий |  |  |
| Практическое занятие 29. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Тема 1.8.  Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов | Содержание |  |  |
| 1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов | 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. |
| В том числе практических занятий |  |  |
| Практическое занятие 30. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 31. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Практическое занятие 32. Установление контактов с клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| Учебная практика  Виды работ  Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.  Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. | | 36 |  |
| Производственная практика  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 | | 108 |  |
| Промежуточная аттестация | |  |  |
| Всего | | 504 |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин», оснащена в соответствии с п. 6.1.2.2 примерной образовательной программы по данной специальности.

Базы практики оснащены в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

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

**3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

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>

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>

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

**3.2.2. Дополнительные источники**

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

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

Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. 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 и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| 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 | 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.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.  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.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной 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 производственной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров; | 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. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использование специализированных программных продуктов | Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;  Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту;  Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. |
| ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж; | Планирует объемы собственных продаж;  Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж;  Анализирует выполнения плана продаж. |
| ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса | Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;  Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки. |
| ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов | Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов |
| ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | 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. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания;  Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;  Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;  Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;  Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;  Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;  Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). |
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;  Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;  Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | 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. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами;  Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | 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. |