

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна  
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского  
федерального университета  
Дата подписания: 13.06.2024 17:35:28  
Уникальный программный ключ:  
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Пятигорский институт (филиал) СКФУ  
Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Пятигорского института  
(филиал) СКФУ  
Т.А. Шебзухова

**Рабочая программа практики**

**ПП.03.01 Производственная практика по модулю «Осуществление продаж  
потребительских товаров и координация работы с клиентами»**

Специальность	38.02.08	Торговое дело
Форма обучения	очная	

Рабочая программа производственной практики разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 июля 2023 г. №548 (в действующей редакции), примерной основной образовательной программы по специальности, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа производственной практики разработана:

- 1 Догаева Н.Н., к.ф.н., преподаватель колледжа Пятигорского института (филиал) СКФУ  
фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

### **СОГЛАСОВАНО:**

#### **Представитель работодателя**

Заведующий магазином

ООО «Артмарк», г. Пятигорск

должность представителя работодателя,  
наименование организации и город ее  
расположения

\_\_\_\_\_

подпись

Адамович С.С.

Фамилия, инициалы

М.П.

## 1. Паспорт программы практики

### 1.1. Место производственной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ)

Производственная практика ПП.03.01 принадлежит к профессиональному циклу, проводится в 6 семестре.

### 1.2. Цели и задачи производственной практики

Цель:

- закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения;
- приобретение необходимых умений и навыков и опыта практической работы по изучаемой специальности.

Задачи:

- формирование у студента общих и профессиональных компетенций;
- приобретение практического опыта, реализуемого в рамках ОП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 38.02.08 «Торговое дело»;
- проверка знаний, полученных при изучении профессионального модуля ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами». В ходе прохождения практики обучающийся должен:

*иметь практический опыт:*

- 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.
- 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.

### 1.3. Трудоемкость освоения программы производственной практики:

Трудоемкость освоения производственной практики ПП.03.01 составляет 1 неделя (36 часа.).

## 2. Результаты практики

Результатом производственной практики является:  
освоение общих компетенций (ОК)

Код	Наименование результата практики
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.

профессиональных компетенций (ПК): ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.

ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.
ПК 3.5.	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе 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.

### 3. Структура и содержание программы практики

#### 3.1. Структура практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Период проведения практики
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	ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»	1 неделя, 36 час.	<i>6 семестр</i>

### 3.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов работ	Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов (недель)
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 ОК09	Познакомиться с Уставом предприятия, определить цели, задачи и функции предприятия	Изучение Устава предприятия, его основные положения и структура. Основная цель работы - определить цели, задачи и функции предприятия согласно Уставу и сравнить их с реальной деятельностью компании.	ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»	2
	Инструктаж по технике безопасности, охране труда.	Правила техники безопасности при использовании торгово-технологического оборудования	ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»	2
	Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы.	Анализ клиентской базы. Обновление данных в клиентской базе. Создание и рассылка персонализированных предложений. Управление отношениями с клиентами (CRM). Мониторинг удовлетворенности клиентов. Разработка и внедрение программ лояльности. Мониторинг и анализ результатов	ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»	2
	Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий.	Сбор и анализ данных о клиентах, разработку и внедрение цифровых инструментов для управления портфелем, а также контроль и оценку результатов эффективности управления.	ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»	2
	Установление контактов, определение потребностей клиентов в	Установление контактов с клиентами и определение их потребностей в продукции,	ПМ.03 «Осуществление продаж	2

продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.	которую предлагает организация. Формирование эффективных коммерческих предложений по продаже товаров.	потребительских товаров и координация работы с клиентами»	
Оформление витрин и выставок.	Изучение и анализ тенденций и инноваций в оформлении витрин и выставок, что позволит создавать современные и привлекательные экспозиции.	ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»	2
Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов.	Сбор информации о внешнем оформлении магазина, размещение товаров на полках, наличие и качество информационных материалов и осуществление контроля за соответствием оформления торгового объекта корпоративным стандартам.		4
Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки.	Изучить методы презентации товара и подготовить презентацию выбранного товара с его основными характеристиками и преимуществами; провести анализ рынка и выбрать оптимальный метод завершения сделки, обосновав его преимущества и эффективность.		2
Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.	Изучение специальных программных продуктов, предназначенных для мониторинга и контроля выполнения условий договоров. В рамках этой работы можно освоить принципы работы и функционал таких программ, а также изучить методы исследования эффективности и результативности их использования в		2

	производственной деятельности.		
Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.	Анализ рынка и конкурентов, определение целевой аудитории, создание маркетинговых стратегий и тактик, разработка рекламных и промо-акций, проведение исследований и обзоров продуктов, анализ эффективности продаж и разработка плана действий для достижения целей продаж.		2
Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов.	Анализ конкурентной среды, исследование потребностей целевой аудитории, разработку стратегий маркетинга, создание привлекательных акций и программ лояльности, анализ и оптимизацию текущих схем стимулирования продаж.		2
Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.	Формирование аналитических отчетов по продажам с использованием специальных программных продуктов для анализа данных.		2
Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов	Контроль за приемкой и отпуском товаров, выявление и устранение дефектов, проверка актуальности и достаточности товарных запасов.		2
Анализ товарных запасов с применением программных продуктов.	Анализ спроса на товар, определение оптимального уровня запасов, разработку прогнозов и оптимизацию поставок.		2
Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания	Анализ потребностей и ожиданий клиентов.		2
Написание отчета по производственной		ПМ.03 «Осуществление	4

	практике		продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»	
--	----------	--	---	--

#### **4. Условия организации и проведения практики**

##### **4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:**

- программа производственной практики;
- договор об организации практики;
- направление на практику;
- индивидуальное задание;
- дневник практики;
- аттестационный лист;
- характеристика работы обучающегося;
- отчет по практике

##### **4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики**

Практика имеет целью комплексное освоение студентами ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и практического опыта.

Производственная практика проходит на предприятиях.

Для написания отчета студентам выдаются Методические указания по организации и проведению производственной практики и индивидуальные задания.

#### **ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами**

1. Что такое потребительский товар?
2. Какие виды потребительских товаров существуют?
3. Как происходит процесс продажи потребительских товаров?
4. Какие факторы влияют на процесс покупки потребителем?
5. Какие навыки и компетенции необходимы для успешных продаж потребительских товаров?
6. Какие существуют методы взаимодействия с клиентами при продаже товаров?
7. В чем заключается роль координации работы с клиентами в продажах потребительских товаров?
8. Каковы основные задачи координации работы с клиентами?
9. Как осуществляется обработка заявок от клиентов?
10. Что такое CRM-система и как она используется в работе с клиентами?
11. Какие инструменты маркетинга могут применяться при продаже потребительских товаров?
12. Какие методы определения цены на товар существуют?
13. Что такое понятие "качество товара" и почему оно важно для успешных продаж?
14. Как происходит процесс планирования продаж потребительских товаров?
15. Каковы основные этапы процесса продаж потребительских товаров?
16. Что такое лояльность клиентов и как ее удерживать?
17. Как оцениваются результаты работы в области продаж потребительских товаров?
18. Какие проблемы и трудности могут возникнуть при продаже потребительских товаров?
19. Что такое персонализация продаж и как она может повысить эффективность работы с клиентами?
20. Какие навыки коммуникации необходимы для успешных продаж потребительских товаров?
21. Как решать конфликтные ситуации при работе с клиентами?

22. Какие существуют типы клиентов и как с ними взаимодействовать?
23. Как проводить маркетинговые исследования для успешных продаж потребительских товаров?
24. Какие меры предосторожности необходимо принимать при проведении продажи товаров?
25. Как строить долгосрочные отношения с клиентами?
26. Как осуществлять планирование и организацию работы с клиентами?
27. Какие существуют методы анализа конкурентов при продаже потребительских товаров?
28. Какую роль играют скидки и акции в продаже потребительских товаров?
29. Как проводить обучение сотрудников в области продаж потребительских товаров?
30. Какие существуют способы обратной связи с клиентами?
31. Что такое уникальное предложение товара и как оно помогает в продажах?
32. Как выбрать оптимальный канал распространения товара для увеличения продаж?
33. Каким образом можно увеличить объем продаж?
34. Как организовать работу с клиентской базой данных?
35. Какие навыки необходимы для успешного проведения переговоров с клиентами?
36. Какие основные принципы этики необходимо соблюдать при продаже потребительских товаров?
37. Какие существуют методы привлечения новых клиентов?
38. Как проводить анализ рынка при продаже потребительских товаров?
39. Что такое конкурентное преимущество и как его использовать при продажах?
40. Какие маркетинговые каналы можно использовать для продажи товаров?
41. Как происходит контроль качества продаж потребительских товаров?
42. Что такое кросс-продажи и как их проводить успешно?
43. Каким образом можно поддерживать и развивать отношения с постоянными клиентами?
44. Как проводить анализ потребностей клиентов для успешной продажи товаров?
45. Каковы основные принципы привлечения клиентов в магазин?
46. Что такое продажи "по горячим следам" и как ими заниматься?
47. Как проводить анализ эффективности продажи товаров?
48. Какие навыки необходимы для успешного проведения презентации товаров?
49. Как применять персонализированный подход при работе с клиентами?
50. Как проводить анализ конкурентоспособности товара?

### **4.3. Требования к материально-техническому обеспечению**

Реализация программы производственной практики ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами осуществляется на предприятиях.

Материально-техническое обеспечение соответствует профессиональной деятельности и дает возможность овладеть установленными компетенциями по всем осваиваемым видам деятельности, предусмотренным программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

Все помещения соответствуют требованиям техники безопасности и противопожарной безопасности при проведении производственной практики.

### **4.4. Перечень основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов, необходимых для проведения практики**

Основные источники:

Рекомендуемая литература.

Основная литература:

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемой основной и дополнительной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения профессионального модуля.

Основная литература:

- Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>
3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

Дополнительная литература:

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2
2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5
3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широценской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

#### **Интернет-ресурсы:**

1. Электронно-библиотечная система [znanium.com](http://znanium.com)
2. «Гарант» – справочно-правовая система - <http://www.park.ru>
3. «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>

#### **4.5. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения**

Руководителем практики является преподаватель, осуществляющий обучение студентов в рамках профессиональной подготовки.

Требования к уровню квалификации руководителя практики определяются ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

#### **5. Контроль и оценка результатов практики**

По завершении практики в 6 семестре студент пишет отчет по практике и сдает дифференцированный зачет (защита отчета по практике).