Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского федерального университета
Дата подписания: 27.05.2025 17:28:01
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412bf1f8e9ab

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

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

МДК. 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

Специальность СПО Специальность 38.02.08 Торговое дело
Форма обучения очная

Пятигорск, 2025г.

Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине МДК. 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО по подготовке выпускника для получения квалификации специалист торгового дела. Предназначены для студентов, обучающихся по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело

1.Пояснительная записка

Методические указания призваны оказывать помощь студентам в изучении основных понятий, идей, теорий и положений дисциплины, изучаемых в ходе конкретного занятия, способствовать развитию их умений, навыков и профессиональных компетенций. Методические рекомендации предназначены для студентов специальности СПО 38.02.08 Торговое дело Целью самостоятельной работы учащихся является овладение основными знаниями умениями и навыками в соответствии с требованиями ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело

В результате изучения профессионального модуля 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.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого студента и определяется учебным планом. Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия: готовность студентов к самостоятельному труду; наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала; консультационная помощь.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Чтобы развить положительное отношение студентов к внеаудиторной самостоятельные работы студентов, следует на каждом ее этапе разъяснять цели работы, контролировать понимание этих целей студентами, постепенно формируя у них умение самостоятельной постановки задачи и выбора цели.

II. Виды и содержание самостоятельной работы студента, формы контроля

№	Наименование разделов и тем дисциплины, их краткое содержание	Формы контроля	часы
	семестр		
1	Тема 3.2. Закон РФ «О защите прав потребителей».	собеседование	4

2	Тема 3.3. Общие положения правил продажи отдельных видов товаров.	собеседование	4
4	Тема 3.4. Правила продажи косметических товаров и изделий из драгоценных металлов.	собеседование	1
Всего за семестр			9

Методические указания по подготовке к собеседованию.

Собеседование - наиболее распространенный метод контроля знаний учащихся, вариант текущей проверки, процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных возможностей усвоения учащимися учебного материала.

При подготовке к собеседованию студент должен:

1. Предварительно повторить теоретический материал темы (тем) по которой проводится устный опрос.

2.Ознакомиться с заданием, уяснить его фабулу и поставленные вопросы.

3. Продумать логику и последовательность изложения материала. Ответы на поставленные вопросы должны быть аргументированными.

При оценке устных ответов студентов по дисциплине учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Рекомендуемая литература

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. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2022.- 312с
(Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

Интернет-ресурсы:

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