

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 17:39:34

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
Шебзухова Т.А.

Рабочая программа профессионального модуля

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

индекс и наименование учебной дисциплины, согласно учебного плана

Специальность

38.02.08

Торговое дело

код

наименование специальности

Форма обучения

очная

очная, заочная, очно-заочная

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа профессионального модуля 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 профессионального модуля

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами, и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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;

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 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.

Использование рабочей программы профессионального модуля в дополнительном профессиональном образовании не предусмотрено.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля 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. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

Всего 373 часов, в том числе:
 в форме практической подготовки 250 часов;
 Из них:
 на освоение МДК 373 часов, в том числе:
 самостоятельную работу обучающегося - часов;
 практики, в том числе учебной 72 часа;
 производственной – 36 часа.
 промежуточной аттестации 9 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимся

видом профессиональной деятельности **Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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 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.
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.

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

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

		Объем профессионального модуля, ак. ч								
Код профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов		
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	48	26	48	24	-	-	-	-	-
ПК 4.6	Учебная практика, часов	72	72						72	-
	Производственная практика, часов	36	36							36
Экзамен по ПМ		9								
Всего:		373	250	324	-	-	-	-	72	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия	Объем в часах	Уровень освоения
Раздел 1. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		80	
МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		32/48	

Тема 1.1. Формирование клиентской базы.	Содержание		1
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	2	
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	2	
	3. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	2	
	4. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	2	
	Лабораторные работы		
	Практическое занятие 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	2	
	Практическое занятие 2. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	2	
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	Содержание		2
	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.	2	
	2. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	2	
	3. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	2	
	4. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	2	
	5. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине.	2	
	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.	2	
	7. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	2	
	8. Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование	2	

	«цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»		
	Лабораторные работы		
	Практическое занятие 3. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2	
	Практическое занятие 4. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2	
	Практическое занятие 5. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2	
	Практическое занятие 6. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2	
	Практическое занятие 7. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2	
	Практическое занятие 8. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых площадей относительно поведения клиентов.	2	
	Практическое занятие 9. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2	
	Практическое занятие 10. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2	
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание		2
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	2	
	2. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	2	
	3. Методики подготовки и проведения презентаций потребительских товаров	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 11. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2	
	Практическое занятие 12. Подготовка презентации товара для клиента с учетом его потребностей	2	
	Практическое занятие 13. Работа с возражениями клиента в процессе продажи товаров	2	
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги	Содержание		2
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 14.	2	

продажи и выкупа товаров и соблюдения стандартов организации	Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации		
	Практическое занятие 15. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2	
	Практическое занятие 16. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2	
	Практическое занятие 17. Урегулирование спорных вопросов, претензий при продаже товаров	2	
	Практическое занятие 18. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	2	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса		2, 3
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 19. Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия	2	
	Практическое занятие 20. Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия	2	
	Практическое занятие 21. Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации	2	
	Практическое занятие 22. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	2	
	Практическое занятие 23. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	2	
	Практическое занятие 24. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2	
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы в 1 семестре		-	
Раздел 1. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		96	
МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		40/56	
Тема 2.1. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание		1
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 25. Составление отчетной документации по продажам	2	
	Практическое занятие 26. ABCXYZ-анализ текущей базы	2	
	Практическое занятие 27. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса	2	

	лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC) Практическое занятие 28. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	2	
Тема 2.2 Контроль состояния товарных запасов.	Содержание Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль Лабораторные работы Практические занятия Практическое занятие 29. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2	2, 3
Тема 2.3. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание 1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов Лабораторные работы Практические занятия Практическое занятие 30. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров Практическое занятие 31. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента Практическое занятие 32. Установление контактов с клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг	2	2, 3
Тема 2.4. Общие положения организации торговли	Содержание Общие положения организации торговли. Понятие и сущность процесса товародвижения. Принципы рационального построения процесса товародвижения. Формы и организационно-хозяйственные звенья в торговле. Лабораторные работы Практические занятия Понятие и сущность процесса товародвижения. Принципы рационального построения процесса товародвижения. Формы и организационно-хозяйственные звенья в торговле	2	2
Тема 2.5. Организация розничной торговли, её виды и типы.	Содержание Организация розничной торговли, её виды и типы. Понятие розничной торговли. Классификация предприятий розничной торговли. Лабораторные работы Практические занятия Понятие розничной торговли. Классификация предприятий розничной торговли	2	2
Тема 2.6. Технологические планировки предприятий	Содержание Технологические планировки предприятий торговли. Виды торговых зданий. Состав и взаимосвязь помещений магазина.	2	2, 3

торговли. Виды торговых зданий.	Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Виды торговых зданий. Состав и взаимосвязь помещений магазина. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.	2 2	
Тема 2.7. Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации.	Содержание		2, 3
	Технология снабжения и завоза товаров в розничные торговые организации. Товароснабжение розничной торговли. Товарные запасы.	2	
	Рациональная организация закупки. Методы и маршруты доставки товаров.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Товароснабжение розничной торговли. Товарные запасы. Рациональная организация закупки. Методы и маршруты доставки товаров..	2 2	
Тема 2.8. Технология хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки	Содержание		2
	Технология хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки. Хранение товаров. Специфических условий хранения непродовольственных товаров.	2	
	Подготовка товаров к продаже. Основные операции по товарной обработке товаров это количественная и качественная приемка, распаковка, сортировка по видам и сортам, проверка упаковки, маркировки, очистка товаров от пыли и грязи, фасовка, придание им товарного вида, составление ценников.	2	
	Специфические операции, свойственные отдельным группам товаров. Подготовка непродовольственных товаров.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Хранение товаров. Специфических условий хранения непродовольственных товаров.	2	
	Подготовка товаров к продаже. Основные операции по товарной обработке товаров это количественная и качественная приемка, распаковка, сортировка по видам и сортам, проверка упаковки, маркировки, очистка товаров от пыли и грязи, фасовка, придание им товарного вида, составление ценников. Специфические операции, свойственные отдельным группам товаров. Подготовка непродовольственных товаров.	2 2	
Тема 2.9. Размещение и выкладка товаров предприятий	Содержание		1
	Размещение и выкладка товаров предприятий розничной торговой сети. Выкладка товаров, приемы выкладки товаров: навалом; штабелем; стопками, расположенными в ряд.	2	

розничной торговой сети	При выкладке товаров на торгово-технологическом оборудовании применяют горизонтальный, вертикальный и комбинированный способы. Оформление полок.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Размещение и выкладка товаров предприятий розничной торговой сети. Выкладка товаров, приемы выкладки товаров: навалом; штабелем; стопками, расположенными в ряд. При выкладке товаров на торгово-технологическом оборудовании применяют горизонтальный, вертикальный и комбинированный способы. Оформление полок.	2 2	
Тема 2.10. Современные направления развития и размещение предприятий торговой розничной сети.	Содержание		2
	Современные направления развития и размещение предприятий торговой розничной сети. Размещение розничной торговой сети в городах. Факторы, необходимые учитывать при размещении.	2	
	Современные направления развития розничной торговой сети.	2	
	Лабораторные работы		
Тема 2.11. Торговое обслуживание населения	Практические занятия Размещение розничной торговой сети в городах. Факторы, необходимые учитывать при размещении.	2	2
	Содержание		
	Торговое обслуживание населения. Формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров. Операции процесса продажи. Операции процесса продажи и методы их выполнения при самообслуживании. Продажа товара по образцам. Продажа товара по каталогам. Продажа товаров с индивидуальным обслуживанием, в том числе с открытой выкладкой. Правила работы розничных торговых предприятий.	2 2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Формы торгового обслуживания покупателей и методы продажи товаров. Операции процесса продажи. Операции процесса продажи и методы их выполнения при самообслуживании. Продажа товара по образцам. Продажа товара по каталогам. Продажа товаров с индивидуальным обслуживанием, в том числе с открытой выкладкой. Правила работы розничных торговых предприятий.	2 2 2	
Тема 2.12. Услуги торговли. Технология продажи товаров.	Содержание		2
	Услуги торговли. Технология продажи товаров. Услуги розничной торговли, общие требования. Основные этапы реализации товаров. Реализация товара в магазине и вне магазина.	2	
	Услуги по оказанию помощи в совершении покупки и при ее использовании.	2	

	Методы продажи товаров. Показатели качества торгового обслуживания.	2	
	Лабораторные работы	=	
	Практические занятия Услуги розничной торговли, общие требования. Основные этапы реализации товаров. Реализация товара в магазине и вне магазина.	2	
	Услуги по оказанию помощи в совершении покупки и при ее использовании. Методы продажи товаров. Показатели качества торгового обслуживания.	2 2	
Консультации		-	
Самостоятельная работа		-	
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы в 2 семестре		-	
Раздел 1.Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		92	
МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		22/70	
Тема 3.1. Качество торгового обслуживания.	Содержание		2
	Качество торгового обслуживания. Определение качества торгового обслуживания. «Культура торговли», «культура обслуживания», «уровень обслуживания».	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Определение качества торгового обслуживания. «Культура торговли», «культура обслуживания», «уровень обслуживания».	2	
Тема 3.2. Закон РФ «О защите прав потребителей».	Содержание		2
	Закон РФ «О защите прав потребителей». НПА, регламентирующие организацию торговой деятельности и защиту прав потребителей. Основные положения и понятия.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Закон РФ «О защите прав потребителей». НПА, регламентирующие организацию торговой деятельности и защиту прав потребителей. Основные положения и понятия.	2	
Тема 3.3. Общие положения правил продажи отдельных видов товаров.	Содержание		2
	Общие положения правил продажи отдельных видов товаров. Общие положения. Особенности продажи продовольственных товаров.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Общие положения правил продажи отдельных видов товаров. Общие положения. Особенности продажи продовольственных товаров.	2	
Тема 3.4. Правила продажи косметических товаров и изделий из драгоценных металлов.	Содержание		2
	Правила продажи косметических товаров и изделий из драгоценных металлов. Продажа ювелирных и других изделий из драгоценных металлов, произведенных в Российской Федерации, ввезенных на ее территорию, подлежащих клеймению в	2	

	порядке, установленном законодательством Российской Федерации, осуществляется только при наличии на этих изделиях оттисков государственных пробирных клейм, а также оттисков именников (для изделий отечественного производства). Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Правила продажи косметических товаров и изделий из драгоценных металлов. Продажа ювелирных и других изделий из драгоценных металлов, произведенных в Российской Федерации, ввезенных на ее территорию, подлежащих клеймению в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, осуществляется только при наличии на этих изделиях оттисков государственных пробирных клейм, а также оттисков именников (для изделий отечественного производства). Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров.	2	
Тема 3.5 Правила продажи лекарственных препаратов и товаров бытовой химии.	Содержание		2
	Правила продажи лекарственных препаратов и товаров бытовой химии. Особенности продажи лекарственных препаратов и медицинских изделий. Особенности продажи товаров бытовой химии.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Правила продажи лекарственных препаратов и товаров бытовой химии. Особенности продажи лекарственных препаратов и медицинских изделий. Особенности продажи товаров бытовой химии.	2 2	
Тема 3.6. Особенности продажи животных и растений. Особенности продажи оружия и патронов к нему	Содержание		2
	Особенности продажи животных и растений.	2	
	Особенности продажи оружия и патронов к нему	2	
	Лабораторные работы		
Тема 3.7. Правила продажи непродовольственных товаров бывших в употреблении.	Практические занятия Особенности продажи животных и растений. Особенности продажи оружия и патронов к нему	2 2	2, 3
	Содержание		
	Правила продажи непродовольственных товаров бывших в употреблении. Особенности продажи непродовольственных товаров, бывших в употреблении. Сведения о состоянии товара, имеющихся в нем недостатках, проведенных в отношении товара санитарно-противоэпидемических мероприятиях, технических характеристиках (для технически сложных товаров), назначении товара и возможности использования его по назначению или для иных целей.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Правила продажи непродовольственных товаров бывших в употреблении. Особенности продажи	2	

	непродовольственных товаров, бывших в употреблении. Сведения о состоянии товара, имеющихся в нем недостатках, проведенных в отношении товара санитарно-противоэпидемических мероприятиях, технических характеристиках (для технически сложных товаров), назначении товара и возможности использования его по назначению или для иных целей.		
Тема 3.8. Порядок отпуска лекарственных средств.	Содержание		2
	Порядок отпуска лекарственных средств. Порядок отпуска физическим лицам лекарственных препаратов для медицинского применения, содержащих кроме малых количеств наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров другие фармакологические активные вещества	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Порядок отпуска лекарственных средств. Порядок отпуска физическим лицам лекарственных препаратов для медицинского применения, содержащих кроме малых количеств наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров другие фармакологические активные вещества	2	
Тема 3.9. Правила продажи товаров по образцам	Содержание		2
	Правила продажи товаров по образцам. Порядок продажи товаров по образцам и оказания в связи с такой продажей услуг, а также регулируют отношения между покупателем и продавцом товаров.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Порядок продажи товаров по образцам и оказания в связи с такой продажей услуг, а также регулируют отношения между покупателем и продавцом товаров.	2	
Тема 3.10. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами.	Содержание		2
	Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами. Отношения между комиссионером и комитентом по договору комиссии, а также между комиссионером и покупателем при продаже непродовольственных товаров, принятых на комиссию.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Отношения между комиссионером и комитентом по договору комиссии, а также между комиссионером и покупателем при продаже непродовольственных товаров, принятых на комиссию.	2	
Тема 3.11. Правила продажи дистанционным способом.	Содержание		2
	Правила продажи дистанционным способом. Порядок продажи товаров дистанционным способом, регулируют отношения между покупателем и продавцом при продаже товаров		

	дистанционным способом и оказании в связи с такой продажей услуг.		2
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Порядок продажи товаров дистанционным способом, регулируют отношения между покупателем и продавцом при продаже товаров дистанционным способом и оказании в связи с такой продажей услуг.		
Тема 3.12. Оптовые торговые структуры.	Содержание		2
	Оптовые торговые структуры. 1. Роль и функции оптовой торговли. Основные термины и определения. Функции. Основные тенденции в экономике, способствующие развитию торговли. 2. Виды оптовой торговли и оптовых предприятий. Основные формы организации оптовой торговли на товарном рынке.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия 1. Роль и функции оптовой торговли. Основные термины и определения. Функции. Основные тенденции в экономике, способствующие развитию торговли. 2. Виды оптовой торговли и оптовых предприятий. Основные формы организации оптовой торговли на товарном рынке.	2 2	
Тема 3.13. Инфраструктура рыночной оптовой торговли.	Содержание		2
	1. Комплексная программа развития инфраструктуры товарных рынков. Оптовые продовольственные рынки. 2. Товарные биржи. Торговые дома. Оптовые ярмарки и выставки. Аукционы		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Комплексная программа развития инфраструктуры товарных рынков. Оптовые продовольственные рынки. Товарные биржи. Торговые дома. Оптовые ярмарки и выставки. Аукционы.	2 2 2 2	
Тема 3.14. Организация хозяйственных связей рыночных субъектов по оптовым закупкам и продаже товаров.	Содержание		2, 3
	Организация хозяйственных связей рыночных субъектов по оптовым закупкам и продаже товаров. 1. Порядок установления хозяйственных связей и операции по оптовым поставкам товаров. Методы поставки товаров оптовым покупателям и оказываемые им услуги. 2. Поставка товаров для государственных нужд.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Организация хозяйственных связей рыночных субъектов по оптовым закупкам и продаже товаров. 1. Порядок установления хозяйственных связей и операции по оптовым поставкам товаров. Методы	2	

	поставки товаров оптовым покупателям и оказываемые им услуги. 2. Поставка товаров для государственных нужд.	2	
Тема 3.15. Организация товародвижения и товароснабжения розничной торговой сети.	Содержание		2
	Организация товародвижения и товароснабжения розничной торговой сети. 1.Взаимосвязь экономических категорий «товародвижение» и «товароснабжение» 2.Факторы звенности товародвижения. Организационно-экономические формы товародвижения и товароснабжения. Организация доставки товаров в магазины.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Организация товародвижения и товароснабжения розничной торговой сети. 1.Взаимосвязь экономических категорий «товародвижение» и «товароснабжение» 2.Факторы звенности товародвижения. Организационно-экономические формы товародвижения и товароснабжения. Организация доставки товаров в магазины.	2	
		2	
Тема 3.16. Экономико-математические методы управления процессами товародвижения и товароснабжения.	Содержание		2
	Экономико-математические методы управления процессами товародвижения и товароснабжения. 1. Экономико-математические методы управления процессами товародвижения и товароснабжения. Классификация и унификация тары 2. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых и технологических процессов. Организация товарооборота.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Экономико-математические методы управления процессами товародвижения и товароснабжения. 1. Экономико-математические методы управления процессами товародвижения и товароснабжения. 2. Классификация и унификация тары 3. Роль тары и упаковки в рациональной организации торговых и технологических процессов. 4.Организация товарооборота.	2	
		2	
Тема 3.17. Товарные склады в торговле.	Содержание		2
	Товарные склады в торговле. 1.Роль, функции и классификация складов. 2.Виды складских сооружений и оборудование складов.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Товарные склады в торговле. 1.Роль, функции и классификация складов. 2.Виды складских сооружений и оборудование складов.	2	
		2	

Тема 3.18. Устройство складов.	Содержание		2, 3
	1. Устройство и основы проектирования складов.		
	2. Устройство специальных складов.		
	Лабораторные работы		
Тема 3.19 Организация работы на складах.	Практические занятия		2
	1. Устройство и основы проектирования складов.	2	
	2. Устройство специальных складов.	2	
	Лабораторные работы		
	Содержание		2
	Организация работы на складах.		
	1. Работа складов общего пользования.		
	2. Организация технологического процесса на складе. Оперативное управление работой складов.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Организация работы на складах.		
	1. Работа складов общего пользования.	2	
	2. Организация технологического процесса на складе. Оперативное управление работой складов.	2	
Консультации		-	
Самостоятельная работа		-	
Промежуточная аттестация в форме контрольной работы в 3 семестре		-	
Учебная практика		72	
Виды работ:			
Познакомиться с Уставом предприятия, определить цели, задачи и функции предприятия			
1. Разработать схему организационной структуры предприятия и сделать её описание.			
2. Изучить должностные инструкции работников предприятия и определить роль и функции каждого работника в достижении уставных целей.			
3. Изучить систему цен и методы стимулирования сбыта.			
4. Принять участие в составлении плана текущей работы подразделения.			
Изучить порядок осуществления перспективного планирования на предприятии. Составить самостоятельно план текущей работы исполнителей на определенный период и конкретное мероприятие.			
5. Принять участие в планировании и оценке экономических показателей структурного подразделения торгового предприятия.			
6. Выбор метода управленческого воздействия. Решение проблемно ситуационных задач. Изучить алгоритмы принятия управленческих решений на предприятии по различным стандартным и нестандартным ситуациям.			
7. Изучить порядок определения потребности исполнителей в ресурсах для выполнения установленного вида и объема работы.			
8. Принять участие в проведении руководителем инструктажа по порядку выполнения работы исполнителями (персоналом предприятия).			
9. Применение приемов делового и управленческого общения в профессиональной деятельности.			
10. Принять участие в проведении руководителем дисциплинарной беседы с сотрудником организации, совершившим дисциплинарный проступок.			
11. Изучить систему контроля на предприятии. Выявить внешних и внутренних субъектов контроля, определить методы и способы проведения контрольных процедур и оценки их результативности и последующих действия руководства предприятия.			
12. Принять участие в составлении кассового и товарного отчета материально ответственных лиц предприятия торговли.			

13. Принять участие в инвентаризации товарно-материальных ценностей подразделения предприятия. Описать алгоритм подготовки и проведения инвентаризации.			
14. Составить отчет о выполненной работе на учебной практике (по профилю специальности).			
Раздел 1. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		105	
МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		20/76	
Тема 4.1. Хозяйствующие субъекты коммерческой деятельности	Содержание		2
	Хозяйствующие субъекты коммерческой деятельности	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Классификация хозяйствующих субъектов. Основные типы предприятий как юридических лиц. Коммерческие и некоммерческие организации, их характеристика. Основные организационно-правовые формы единичных и групповых компаний. Факторинговые и инжиниринговые компании, особенности их функционирования	2 2 2 2	
Тема 4.2. Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий.	Содержание		2
	Организация коммерческих служб и управление коммерческой деятельностью предприятий. Цели, функции и задачи коммерческой службы предприятия. Коммерческая деятельность предприятия как система и управление ею: методология, процесс, структура, техника технология управления.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
	Цели, функции и задачи коммерческой службы предприятия. Коммерческая деятельность предприятия как система и управление ею: методология, процесс, структура, техника технология управления.	2 2	
Тема 4.3 Информационное обеспечение коммерческой деятельности.	Содержание		2
	Информационное обеспечение коммерческой деятельности.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		

	Информация как предмет коммерческого распространения. Информационное обеспечение управления коммерческой деятельностью предприятия, автоматизация торговли. Технология и индустрия распространения коммерческой информации. Роль передовых технологий и электронной коммерции в развитии бизнеса в России.	2 2 2 2	
Тема 4.4. Планирование снабжения.	Содержание		2
	Планирование снабжения.	2	
	Сущность планирования и обеспечения предприятия как хозяйствующего субъекта материальными ресурсами.	2	
	Определение потребности и разработка план закупок материальных ресурсов.		
	Составные части и основные показатели плана материально-технического снабжения деятельности предприятия, контроль за его реализацией.		
	Лабораторные работы		
Тема 4.5. Особенности коммерческой работы на розничном торговом предприятии	Практические занятия		1
	Сущность планирования и обеспечения предприятия как хозяйствующего субъекта материальными ресурсами.	2	
	Определение потребности и разработка план закупок материальных ресурсов.	2	
	Составные части и основные показатели плана материально-технического снабжения деятельности предприятия, контроль за его реализацией.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия		
Тема 4.6. Сервисное обслуживание и его особенности на предприятиях	Содержание		2
	Сервисное обслуживание и его особенности на предприятиях отраслевой направленности.	2	
	Сущность сервиса в системе коммерческо-сбытовой деятельности, основные принципы и задачи		

отраслевой направленности.	организации сервиса на предприятиях розничных сфер деятельности.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Сущность сервиса в системе коммерческо-сбытовой деятельности.	2	
	Основные принципы и задачи организации сервиса на предприятиях розничных сфер деятельности.	2	
Тема 4.7. Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий	Содержание		2
	Модели построения и ведения коммерческой деятельности предприятий. Суть и состав коммерческих процессов, осуществляемых предприятиями. Цель, задачи, функции, операции и ресурсы, результаты моделирования коммерческих процессов. Условия построения и реализации модели коммерческой деятельности как объекта управления: законодательство, договора, информационное обеспечение.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Суть и состав коммерческих процессов, осуществляемых предприятиями.	2	
	Цель, задачи, функции, операции и ресурсы, результаты моделирования коммерческих процессов. Условия построения и реализации модели коммерческой деятельности как объекта управления: законодательство, договора, информационное обеспечение.	2 2	
Тема 4.8. Коммерческие инновации.	Содержание		2, 3
	Коммерческие инновации. Роль нововведений в коммерческой деятельности в обновлении основных фондов. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия. Инвестиции в коммерческие инновации.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Роль нововведений в коммерческой деятельности в обновлении основных фондов.	2	
	Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности предприятия. Инвестиции в коммерческие инновации.	2 2	
Тема 4.9. Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле.	Содержание		2, 3
	Особенности коммерческой деятельности в оптовой торговле. Коммерческие действия на оптовом предприятии. Задачи коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий, осуществляющих закупку и сбыт товаров покупателям. Анализ структуры и составных частей коммерческой деятельности в оптовой торговле.	2	
	Лабораторные работы		

	Практические занятия Коммерческие действия на оптовом предприятии. Задачи коммерческой деятельности оптовых торговых предприятий, осуществляющих закупку и сбыт товаров покупателям. Анализ структуры и составных частей коммерческой деятельности в оптовой торговле.	2 2 2	
Тема 4.10 Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле	Содержание		2
	Организация и управление коммерческой деятельностью в оптовой торговле. Сущность и задачи, принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия. Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием. Оптовая торговая сеть, ее структура, функции и перспективы развития. Складское хозяйство в оптовой торговле и его организация: организационная структура склада, виды коммерческих работ и функционирование товарных экономических систем.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	2	
	Сущность и задачи, принципы и методы управления коммерческой деятельностью оптового торгового предприятия. Функции и организационная структура управления оптовым торговым предприятием. Оптовая торговая сеть, ее структура, функции и перспективы развития. Складское хозяйство в оптовой торговле и его организация: организационная структура склада, виды коммерческих работ и функционирование товарных экономических систем.	2 2 2 2	
Тема 4.11. Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование.	Содержание		2, 3
	Рынки закупок и сбыта товаров и их исследование. Характеристика рынков закупок и сбыта товаров. Методы исследования рынков закупок и сбыта. Спрос и емкость рынков сбыта товаров, как два неотъемлемых фактора развития коммерческой деятельности в оптовой торговле. Изучение конъюнктуры в оптовой торговле товарами.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Характеристика рынков закупок и сбыта товаров. Методы исследования рынков закупок и сбыта. Спрос и емкость рынков сбыта товаров, как два неотъемлемых фактора развития коммерческой деятельности в оптовой торговле. Изучение конъюнктуры в оптовой торговле товарами.	2 2 2	
Тема 4.12.	Содержание		2, 3

Коммерческие связи в оптовой торговле.	Коммерческие связи в оптовой торговле. Общая характеристика формирования хозяйственных связей в оптовой торговле. Виды договоров в оптовых торговых организациях по закупкам, хранению и сбыту товаров, их заключение, осуществление и контроль. Типы коллективных предприятий в оптовой торговле.		
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия Общая характеристика формирования хозяйственных связей в оптовой торговле.	2	
	Виды договоров в оптовых торговых организациях по закупкам, хранению и сбыту товаров, их заключение, осуществление и контроль. Типы коллективных предприятий в оптовой торговле.	2 2	
Тема 4.13. Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок товаров.	Содержание		2
	Организация и управление коммерческой работой в сфере закупок и продаж товаров. Факторы, способствующие осуществлению закупочной деятельностью. Планирование, формирование и осуществление закупок. Особенности коммерческих действий при закупке товаров. Определение источников закупок, их оценка и выбор поставщиков. Стимулирование продвижения товаров из сферы производства в сферу обращения. Товарные запасы, значение и их роль. Сущность планирования и образования товарных запасов, товарные излишки и дефицит. Оборачиваемость товарных запасов, частота и сроки. Инвентаризация наличных запасов.		
	Лабораторные работы		
	Практические занятия Факторы, способствующие осуществлению закупочной деятельностью. Планирование, формирование и осуществление закупок. Особенности коммерческих действий при закупке товаров. Определение источников закупок, их оценка и выбор поставщиков. Стимулирование продвижения товаров из сферы производства в сферу обращения. Товарные запасы, значение и их роль. Сущность планирования и образования товарных запасов, товарные излишки и дефицит. Оборачиваемость товарных запасов, частота и сроки. Инвентаризация наличных запасов.	2 2	
Консультации		-	
Самостоятельная работа		-	
Производственная практика Виды работ: Вводный инструктаж по техники безопасности.		36	

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 Защита отчета по производственной практике		
Промежуточная аттестация в форме экзамена по ПМ.03	9	
Всего	373	

4. Условия реализации профессионального модуля

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенный в соответствии с

п.

6.1.2.1 Примерной рабочей программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.2 Примерной рабочей программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной рабочей программы по специальности.

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

2. «Гарант» – справочно-правовая система - <http://www.park.ru>

3. «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

График освоения профессионального модуля предполагает последовательное освоение модуля, включающего в себя как междисциплинарные курсы, так и учебную практику, производственную практику.

В преподавании используются лекционно-семинарские формы проведения занятий, практические занятия.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

Освоению профессионального модуля предшествует обязательное изучение дисциплин: МДК 01.02 Организация и осуществление продаж, ПМ.04 Выполнение работ по одной или

нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация ОП СПО обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

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 или письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий. Экспертная оценка контрольных или 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.
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;	Разрабатывает алгоритм установления контактов; Формирует коммерческие предложения 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;	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.

	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.	Экспертная оценка создания и представления презентаций. Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	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.
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;	Планирует объемы собственных продаж; Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; Анализирует выполнения плана продаж.	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 3.5. 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. Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов	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 или проблему в профессиональном 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 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; Участствует 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.	