

Согласовано
Директор магазина

Утверждаю
Зам. заведующего филиалом по УПР

Д.Н. Шаталина

« 29 » _____ 2024г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ
ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ: 38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

Рассмотрено
Методической комиссией
торгового цикла
филиала ГБПОУ УКИП и С
протокол № 10 от «28» мая 2024г.
Председатель МК
Ю.А. Бакаева Ю.А. Бакаева

Одобрена
Советом филиала ГБПОУ УКИП и С
протокол № 10 от «28» мая 2024г.

Рабочая программа производственной практики ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» разработана в соответствии с требованиями:

Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) среднего общего образования;

Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования (далее – СПО) по профессии 38.02.08 Торговое дело.;

Рекомендациями по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования (письмо Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПУ Минобрнауки России от 17.03.2015 №06-259);

Об уточнении рекомендаций по организации получения среднего общего образования в пределах освоения образовательных программ среднего профессионального образования на базе основного общего образования с учетом требований федеральных государственных образовательных стандартов и получаемой профессии или специальности среднего профессионального образования (письмо Департамента государственной политики в сфере подготовки рабочих кадров и ДПУ Минобрнауки России от 17.03.2015 №06-259) и Примерных программ общеобразовательных учебных дисциплин для профессиональных образовательных организаций протокол №3 от 25 мая 2017г.

Организация-разработчик: филиал ГБПОУ УКИП и С в г.Стерлитамак

Разработчики:

Бакаева Ю.А. – методист торгового цикла, преподаватель МДК высшей квалификационной категории

Шершукowa Т.Н. - мастер высшей квалификационной категории

Вороширина И.Н. - мастер высшей квалификационной категории

1. Цели производственной практики (по профилю специальности)

Целями производственной практики (по профилю специальности) являются закрепление, расширение, углубление и систематизация теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций, полученных при освоении специальных дисциплин на основе изучения деятельности конкретной организации, а также на приобретение практического опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

2. Задачи производственной практики (по профилю специальности)

Задачами производственной практики (по профилю специальности) являются:

- развитие профессионального мышления;
- приобретение практических умений по:
- технологии осуществления продаж потребительских товаров
- методам координация работы с клиентами

3. Место производственной практики (по профилю специальности) в структуре ООП

Производственная практика базируется на освоении следующих дисциплин:

- «Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках»,
- «Организация и осуществление продаж»,
- «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

В результате освоения предшествующих частей ООП обучающийся должен применять приобретенные ранее знания и умения:

Владеть навыками	сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
	поиска и выявления потенциальных клиентов;
	формирования и актуализации клиентской базы;
	проведения мониторинга деятельности конкурентов;
	определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;
	формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
	информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
	стимулирования клиентов на заключение сделки;
	взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
	закрытия сделок;
	соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
	использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;
	сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
	мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
	анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
	выполнения запланированных показателей по объему продаж;
	разработки программ по повышению лояльности клиентов;
	разработки мероприятий по стимулированию продаж;
	информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;
участие в проведении конференций и семинаров для существующих и по-	

	тенциальных покупателей товаров;
	стимулирования клиентов на заключение сделки;
	контроля состояния товарных запасов;
	анализа выполнения плана продаж;
	информационно-справочного консультирования клиентов;
	контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
	обеспечения соблюдения стандартов организации.
Уметь	работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
	вести и актуализировать базу данных клиентов;
	формировать отчетную документацию по клиентской базе;
	анализировать деятельность конкурентов;
	определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
	планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
	вести реестр реквизитов клиентов;
	использовать программные продукты;
	планировать объемы собственных продаж;
	устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
	использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
	формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
	планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
	использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
	предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
	опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
	работать с возражениями клиента;
	применять техники по закрытию сделки;
	суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
	фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
	обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
	анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
	оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
	подготавливать документацию для формирования заказа;
осуществлять мероприятия по размещению заказа;	
следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;	
принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;	
осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;	
оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;	

осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
соблюдать конфиденциальность информации;
предоставлять клиенту достоверную информацию;
корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
обеспечивать соблюдение требований охраны;
разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
планировать работу по выполнению плана продаж;
анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
анализировать возможности увеличения объемов продаж;
планировать и контролировать поступление денежных средств;
обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
планировать объемы собственных продаж;
оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
анализировать оборачиваемость складских остатков;
составлять отчетную документацию по продажам;
разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
инициативно вести диалог с клиентом;
резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
разрабатывать рекомендации для клиента;
собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений

	для клиента;
	проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
	вести деловую переписку с клиентами и партнерами;
	использовать программные продукты.
Знать	методики выявления потребностей клиентов;
	методики выявления потребностей;
	технику продаж;
	методики проведения презентаций;
	потребительские свойства товаров;
	требования и стандарты производителя;
	принципы и порядок ведения претензионной работы;
	ассортимент товаров;
	стандарты организации;
	стандарты менеджмента качества;
	гарантийную политику организации;
	специализированные программные продукты;
	методики позиционирования продукции организации на рынке;
	методы сегментирования рынка;
	методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;
	инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;	
Основы организации послепродажного обслуживания.	

4. Формы проведения производственной практики (по профилю специальности)

- решение производственных ситуаций по формированию практических умений;
- имитационное моделирование профессиональной деятельности;
- выполнение индивидуальных профессиональных заданий.

5. Место и время проведения производственной практики (по профилю специальности)

- база проведения производственной практики: предприятия и организации г.Щекино и Щекинского района на основании заключенных договоров о совместной деятельности по подготовке специалистов;
- сроки проведения практики: 6 семестр, в течение 3 недель.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики (по профилю специальности).

В результате прохождения данной производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, профессиональные компетенции:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с 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

7. Структура и содержание производственной практики (по профилю специальности)

Общая трудоемкость производственной практики составляет 5 недель; 180 часов.

№ задания	Виды работ	Кол-во дней	Объем часов	Уровень освоения
	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	25	180	
1-2	Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы.	2	14 ²⁴	3
3-4	Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия.	2	14 ²⁴	3
5-6	Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	2	14 ²⁴	3
7-8	Проведение первичного мерчандайзинг-	2	14 ²⁴	3

	аудита розничных торговых объектов			
9-10	Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2	14 ²⁴	3
11-12	Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции	2	14 ²⁴	3
13-14	Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.	2	14 ²⁴	3
15-16	Урегулирование спорных вопросов, претензий.	2	14 ²⁴	3
17-18	Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.	2	14 ²⁴	3
19-20	Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.	2	14 ²⁴	3
21-22	Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов	2	14 ²⁴	3
23	Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.	1	7 ¹²	3
24	Отчет по практике	1	7¹²	
25	Дифференцированный зачет	1	7¹²	
	Всего	25	180	

Для характеристики уровня освоения вида работ используется следующее обозначение:

3- продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

8. Формы промежуточной аттестации (по итогам производственной практики): собеседование, составление и защита отчета.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

Основные печатные и электронные издания

1. 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>

Дополнительные источники

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