

Филиал Государственного бюджетного профессионального образовательного учреждения
Уфимский колледж индустрии питания и сервиса в г. Стерлитамак

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Программа подготовки специалистов среднего звена

по специальности:

38.02.08 Торговое дело

Профиль обучения: социально-гуманитарный

Стерлитамак, 2024 г.

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

Утверждаю
зам. зав. филиала по УПР
Д.Н. Шаталина
от «28» августа 2024 г.
Для документов



Организация-разработчик: филиал ГБПОУ УКИП и С в г. Стерлитамак
разработчики:
Бакаева Ю.А. – преподаватель МДК высшей квалификационной категории
Бельникова Н.И. - преподаватель МДК высшей квалификационной категории
Шамарина Д.Н. - преподаватель МДК высшей квалификационной категории
Мишулина- методист

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	12
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ
ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3 н.1.	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
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	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<p>сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;</p> <p>поиска и выявления потенциальных клиентов;</p> <p>формирования и актуализации клиентской базы;</p> <p>проведения мониторинга деятельности конкурентов;</p> <p>определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;</p> <p>формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;</p> <p>информирования клиентов о потребительских свойствах</p>
------------------	---

	<p>товаров;</p> <p>стимулирования клиентов на заключение сделки;</p> <p>взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;</p> <p>закрытия сделок;</p> <p>соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;</p> <p>использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;</p> <p>сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;</p> <p>мониторинг и контроль выполнения условий договоров;</p> <p>анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;</p> <p>выполнения запланированных показателей по объему продаж;</p> <p>разработки программ по повышению лояльности клиентов;</p> <p>разработки мероприятий по стимулированию продаж;</p> <p>информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</p> <p>участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;</p> <p>стимулирования клиентов на заключение сделки;</p> <p>контроля состояния товарных запасов;</p> <p>анализа выполнения плана продаж;</p> <p>информационно-справочного консультирования клиентов;</p> <p>контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;</p> <p>обеспечения соблюдения стандартов организации.</p>
Уметь	<p>работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы</p>

<p>организации;</p> <p>вести и актуализировать базу данных клиентов;</p> <p>формировать отчетную документацию по клиентской базе;</p> <p>анализировать деятельность конкурентов;</p> <p>определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</p> <p>планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;</p> <p>вести реестр реквизитов клиентов;</p> <p>использовать программные продукты;</p> <p>планировать объемы собственных продаж;</p> <p>устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;</p> <p>использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;</p> <p>формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;</p> <p>планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;</p> <p>использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;</p> <p>предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;</p> <p>опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</p> <p>работать с возражениями клиента;</p> <p>применять техники по закрытию сделки;</p> <p>суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;</p> <p>фиксировать результаты преддоговорной работы в</p>

<p>установленной форме;</p> <p>обеспечивать конфиденциальность полученной информации;</p> <p>анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;</p> <p>оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;</p> <p>подготавливать документацию для формирования заказа;</p> <p>осуществлять мероприятия по размещению заказа;</p> <p>следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;</p> <p>принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;</p> <p>осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;</p> <p>оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;</p> <p>осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;</p> <p>организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;</p> <p>соблюдать конфиденциальность информации;</p> <p>предоставлять клиенту достоверную информацию;</p> <p>корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;</p> <p>соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;</p> <p>обеспечивать баланс интересов клиента и организации;</p> <p>обеспечивать соблюдение требований охраны;</p> <p>разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;</p> <p>собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;</p> <p>планировать работу по выполнению плана продаж;</p> <p>анализировать установленный план продаж с целью</p>
--

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;

	<p>разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;</p> <p>инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;</p> <p>инициативно вести диалог с клиентом;</p> <p>резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;</p> <p>определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</p> <p>разрабатывать рекомендации для клиента;</p> <p>собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</p> <p>анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;</p> <p>проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;</p> <p>вести деловую переписку с клиентами и партнерами;</p> <p>использовать программные продукты.</p>
Знать	<p>методики выявления потребностей клиентов;</p> <p>методики выявления потребностей;</p> <p>технику продаж;</p> <p>методики проведения презентаций;</p> <p>потребительские свойства товаров;</p> <p>требования и стандарты производителя;</p> <p>принципы и порядок ведения претензионной работы;</p> <p>ассортимент товаров;</p> <p>стандарты организации;</p> <p>стандарты менеджмента качества;</p> <p>гарантийную политику организации;</p> <p>специализированные программные продукты;</p>

	<p>методики позиционирования продукции организации на рынке;</p> <p>методы сегментирования рынка;</p> <p>методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;</p> <p>инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;</p> <p>Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;</p> <p>Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;</p> <p>Основы организации послепродажного обслуживания.</p>
--	--

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 504,

в том числе в форме практической подготовки 352 часа.

Из них на освоение МДК – 216,

в том числе самостоятельная работа -,

практики, в том числе учебная 108 часов,

производственная 180 часов

Промежуточная аттестация-.

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Все го	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектных)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
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	216	152	216	152	X	64	X		X

	Учебная практика	108	108						108	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	180	180							180
	Промежуточная аттестация									
	Всего:	504	440	216	152	X	64	X	108	180

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		504/440
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		216/ 152
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	26/18
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	8
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	
	3. Пути формирования клиентской базы	
	4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ).	
	5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	
	В том числе практических занятий	18
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	8
	Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	6
	Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	4
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	Содержание	44/32
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	12
	2. Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»	
	3. 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.	
	4. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	
	5. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	
	6. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	
	7. 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.	
	8. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	В том числе практических занятий	32
	Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	4
	Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	4
	Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	4
	Практическое занятие 16-17. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	4
	Практическое занятие 18-19. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	4
	Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	4
	Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	4
	Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	4
Тема 1.3. Организация и осуществление продаж и потребительских товаров	Содержание	22/16
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	6
	2. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	
	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	
	4. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	

	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	4
	Практическое занятие 28-30 Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	6
	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	6
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Содержание	22/16
	1.Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	6
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	4
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	4
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	4
	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий	4
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание	32/22
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	10
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3.Методы стимулирования продаж	
	В том числе практических занятий	22
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	8
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	8
Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	6	
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	26/20
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	6
	В том числе практических занятий	20
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам	6
	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	8
	Практическое занятие 60-62. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	6
Тема 1.7. Анализ и контроль	Содержание	12/6
	1.Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	6

состояния товарных запасов	В том числе практических и лабораторных занятий	6
	Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	6
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов	Содержание	32/22
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	10
	В том числе практических занятий	22
	Практическое занятие 66-68. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	6
	Практическое занятие 69-71. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	6
	Практическое занятие 72-76. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	6
Самостоятельная работа		64
<p><u>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем), выполнение домашних заданий по темам:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • самостоятельное изучение нормативной документации. • составление кроссвордов, ребусов, тестов по темам • решение задач по темам • заполнение документации • разработка схем-конспектов для закрепления материала и упорядочения информации • подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ к их защите <p><u>Тематика рефератов:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Коммерческая информация и её защита в организациях АПК, торговли. 2. Организация работы коммерческой службы (отдела, специалиста) предприятия торговли (фирменной торговли) по изучению покупательского спроса и пути её совершенствования. 3. Организация изучения спроса оптовых покупателей и пути её совершенствования. 4. Коммерческая деятельность по формированию спроса на товары и услуги предприятия АПК. 5. Изучение конъюнктуры рынка и использование его результатов в коммерческой деятельности (на примере предприятия АПК). 6. Коммерческая работа по формированию ассортимента товаров в розничной торговой сети. 7. Формирование ассортимента товаров в фирменном магазине и пути его совершенствования. 8. Формирование ассортимента товаров в оптовой торговой организации и пути повышения его эффективности. 9. Коммерческая деятельность по управлению ассортиментом товаров и её эффективность в торговых предприятиях АПК. 		

10. Повышение экономической эффективности производства и сбыта продукции животноводства (растениеводства) (на примере предприятия АПК).
11. Организация коммерческой деятельности подсобных производств на с.-х. предприятиях.
12. Совершенствование коммерческо-сбытовой деятельности производственно-торговых предприятий АПК (коопзаготпром, комбинат кооперативной промышленности и др.) на региональных рынках пищевых продуктов.
13. Организация коммерческой деятельности по обеспечению сырьем и сбыту продукции на предприятии АПК.
14. Совершенствование торгово-коммерческой деятельности (на примере райпо, др. предприятий торговли).
15. Коммерческая деятельность по оптовым закупкам товаров, ее совершенствование и эффективность (на примере торговой организации).
16. Коммерческая деятельность по оптовой продаже товаров и пути повышения ее эффективности (на примере оптовой базы).
17. Коммерческая деятельность по товародвижению и ее эффективность (на примере торговой организации, предприятия АПК).
18. Коммерческая деятельность по организации хозяйственных связей с поставщиками (на примере торговых организаций, предприятий АПК).
19. Коммерческая работа с поставщиками товаров.
20. Коммерческий расчет торгового предприятия (предприятия АПК).
21. Коммерческая работа по оптовым закупкам на товарно-сырьевых биржах и ее эффективность.
22. Коммерческая деятельность по управлению товарными ресурсами на торговом предприятии АПК.
23. Анализ конечных финансово-экономических показателей и оценка конкурентоспособности торговых организаций и предприятий АПК.
24. Анализ стратегического положения предприятия на рынке и пути поддержания его конкурентоспособности.
25. Договорная работа организаций с поставщиками товаров и её эффективность (на примере оптовой базы, предприятия АПК).
26. Разработка экономически выгодных коммерческих решений по выбору источников снабжения и схем завоза товаров в розничную торговую сеть предприятия АПК.
27. Коммерческая деятельность по эффективной организации розничной торговли на селе и пути ее совершенствования.
28. Коммерческая деятельность в условиях конкурентной борьбы на рынке продовольственных товаров (на примере предприятия АПК).
29. Коммерческая деятельность и направление её совершенствования в предприятиях агросервиса.
30. Экономическое обоснование выбора наиболее эффективных форм и методов сбыта продукции предприятия АПК.
31. Коммерческие функции посредников при продвижении товара на рынок АПК.
32. Коммерческая деятельность по материально-техническому снабжению и обеспечению сырьем перерабатывающего предприятия АПК.

<p>33. Коммерческая деятельность по управлению качеством продукции предприятия АПК. 34. Совершенствование коммерческой деятельности предприятия АПК по сбыту продукции. 35. Совершенствование сбыта продукции на предприятиях АПК на основе оптимизации ассортимента и внедрения новых видов продукции.</p>	
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов 2. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников 3. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 4. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов 5. Разработка Уникального торгового предложения 6. Подготовка презентации товара, 7. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности 	<p>108</p>
<p>Производственная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. 2. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 3. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов 5. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. 6. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции 7. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 8. Урегулирование спорных вопросов, претензий. 9. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 10. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 11. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов 12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания. 	<p>180</p>

Экзамен по модулю	
Всего	504

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.4 образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

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>

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<p>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;</p> <p>Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных;</p> <p>Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.</p>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей.</p> <p>Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p>
ПК 3.2	<p>Разрабатывает алгоритм установления контактов;</p> <p>Формирует коммерческие предложения по продаже товаров;</p> <p>Информирует клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме;</p> <p>Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости;</p> <p>Планирует и проводит презентацию продукции для</p>	<p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся</p>

	<p>клиента с учетом его потребностей;</p> <p>Применяет приемы работы с возражениями клиента;</p> <p>Выбирает и обосновывает методы завершения сделки;</p> <p>Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.</p>	<p>методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 3.3	<p>Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</p> <p>Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту;</p> <p>Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.</p>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.</p>
ПК 3.4	<p>Планирует объемы собственных продаж;</p> <p>Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж;</p> <p>Анализирует выполнения плана продаж.</p>	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.5	<p>Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</p> <p>Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.</p>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской</p>
ПК 3.6	<p>Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов</p>	

ПК 3.7	<p>Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных;</p> <p>Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.</p>	<p>Федерации и иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ПК 3.8	<p>Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания;</p> <p>Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.</p>	<p>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.</p>
ОК 01	<p>Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</p> <p>Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</p> <p>Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	<p>Экспертная оценка результатов</p>

ОК 02	<p>Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;</p> <p>Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</p> <p>Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме
ОК 04	<p>Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</p> <p>В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.</p>	<p>демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</p>
ОК 05	<p>Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами;</p> <p>Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.</p>	
ОК 09	<p>Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</p> <p>Участствует в диалогах на знакомые</p>	

	<p>общие и профессиональные темы;</p> <p>Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</p> <p>Кратко обосновывает и объясняет свои действия;</p> <p>Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	
--	---	--