


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



Утверждаю  
Зам. заведующего филиалом по УПР  
Т.Н. Шаталина  
« 19 » \_\_\_\_\_ 2024 г.

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

Стерлитамак, 2024 г.

Рассмотрено  
МК торгового цикла  
филиала ГБПОУ УКИП и С  
протокол № 10 от « 18 » мая 2024г.  
Председатель МК  
 Ю.А. Бакаева

Одобрена  
Советом филиала ГБПОУ УКИП и С  
протокол № 10 от « 18 » мая 2024г.

Рабочая программа учебной 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

Шершукова Т. Н. - мастер высшей квалификационной категории

Зороширина И. Н. - мастер высшей квалификационной категории

## 1. Цели учебной практики

Целями учебной практики являются закрепление теоретических знаний, полученных при изучении профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

### 2. Задачи учебной практики

Задачами учебной практики являются:

1. Применять системный подход для решения поставленных задач; определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения

2. Сформировать умение применять современные методы исследования, выражать собственные мнения и суждения, относительно природы торгово-экономических процессов

Организация практики на всех этапах направлена на:

– выполнение государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников в соответствии с характером специальности и присваиваемой квалификацией;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

### 3. Место учебной практики в структуре ППССЗ

Данная практика базируется на освоении таких МДК, как «Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках», «Организация и осуществление продаж», «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами».

Учебная практика обеспечивает формирование специалистов по специальности и является базовым для курса «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

Таким образом, учебная практика является неотъемлемым звеном в комплексе дисциплин подготовки профессиональных бухгалтеров.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ППССЗ и необходимым при освоении данной практики:

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 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;
	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 учебной практики:

- индивидуальная работа студентов по отработке программ практики;
- практические занятия;
- деловые и ситуационные игры;

#### 5. Место и время проведения учебной практики

Проводится учебная практика в учебных кабинетах, лабораториях ГБПОУ филиал УКИПиС в г. Стерлитамак

- сроки проведения практики: в течение 3 недель (108) часов.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики

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

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

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 3</b>	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
<b>ПК 3.1</b>	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
<b>ПК 3.2</b>	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
<b>ПК 3.3</b>	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
<b>ПК 3.4</b>	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
<b>ПК 3.5</b>	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
<b>ПК 3.6</b>	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
<b>ПК 3.7</b>	Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
<b>ПК 3.8</b>	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

## 7. Структура и содержание учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 3 недели, 108 часов

№ задания	Разделы (этапы) практики	Количество дней	Объем часов
	<b>Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</b>	<b>15</b>	<b>108</b>
1	Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов	1	7 <sup>12</sup>
2-3	Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников	2	7 <sup>12</sup>
4-5	Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.	2	7 <sup>12</sup>
6-7	Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов	2	7 <sup>12</sup>
8	Разработка Уникального торгового предложения	1	7 <sup>12</sup>
9	Подготовка презентации товара,	1	7 <sup>12</sup>
10-11	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.	2	7 <sup>12</sup>
12-13	Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности	2	7 <sup>12</sup>
14	<b>Отчет по практике</b>	<b>1</b>	<b>7<sup>12</sup></b>
15	<b>Дифференцированный зачет</b>	<b>1</b>	<b>7<sup>12</sup></b>
	<b>Всего</b>	<b>15</b>	<b>108</b>



## **8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике**

Преподавание «Учебной практики» в соответствии с требованиями ФГОС СПО по направлению подготовки реализации компетентностного подхода включает в себя традиционные (лекции) образовательные технологии, активные (работа с кейсами, разбор ситуаций, деловые игры, и др.) и интерактивные (подготовка мультимедийных презентаций), компьютерные технологии

**9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике** Студент на учебной практике выполняет практические задания, разработанные руководителем практики от образовательного учреждения.

## **10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)**

По окончании практики студент-практикант составляет письменный отчет. По результатам защиты отчета выставляется дифференцированный зачет.

## **11. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной 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>

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

## **12. Материально-техническое обеспечение учебной практики**

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

2. Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.2 примерной образовательной программы по данной специальности.

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