**Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение**

**«Оренбургский государственный экономический колледж-интернат» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации**

|  |
| --- |
| **СОГЛАСОВАНО**Зам. директора по УР\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О.В. Гузаревич «\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2024 г. |

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Профессионального модуля**

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

по специальности

**38.02.08 Торговое дело**

Наименование квалификации: **Специалист торгового дела**

Форма обучения: **очная**

г. Оренбург, 2024

**Рабочая программа дисциплины ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами / сост. Н.А.Мельникова - Оренбург: ФКПОУ «ОГЭКИ» Минтруда России, 2024. - 35 с.**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами, разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело», приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548 (Зарегистрирован 22.08.2023 № 74906) и с учетом методических рекомендаций по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования (Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 22 апреля 2015 г. №06-443).

Составитель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.А.Мельникова

Рассмотрено на заседании ПЦК Туризм и гостиничное дело

протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2024 г.

Председатель ПЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.А. Мельникова

 **СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | СТР.4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 9 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 14 |
| 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 21 |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) | 30 |

**1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

**1.1 ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

Рабочая программа профессионального модуля (далее – программа) – является частью адаптированной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.08 Торговое дело** в части освоения основного вида деятельности (ВД): Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами и соответствующих профессиональных компетенций (ПК) и общих компетенций (ОК).

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование компетенций** |
| 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. |

 Рабочая программа разработана в отношении разнонозологической учебной группы обучающихся, имеющих документально подтвержденные нарушения слуха, зрения, опорно-двигательного аппарата, соматические заболевания и поддающиеся коррекции нервно-психические нарушения или сочетанные нарушения.

**1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля**

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | - сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и ихпотребностях;- 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 базеданных;- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры спотенциальными 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 дляпланирования 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 вслучае 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 ирегламентами организации;- подготавливать документацию для формирования заказа;- осуществлять мероприятия по размещению заказа;- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента овозможных изменениях;- принимать корректирующие меры по соблюдению договорныхобязательств;- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту всоответствии с регламентами организации;- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии состандартами 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 разработкимероприятий 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 стимулированияпродаж;- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержаниюлояльности клиента;- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынкапотребительских товаров;- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используявнешние и внутренние источники;- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;- вносить предложения по формированию мотивационных программ дляклиентов и обеспечивать их реализацию;- вносить предложения по формированию специальных предложений дляразличных категорий клиентов;- анализировать и систематизировать данные по состоянию складскихостатков;- 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 долгосрочныхотношений;- 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 базеданных;- разрабатывать рекомендации для клиента;- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качествомпредоставления 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. |

**1.3. Количество часов на освоение адаптированной рабочей программы профессионального модуля:**

всего **– 246** часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – **120** часа и

самостоятельной работы обучающегося – **14** часов;

учебной практики –**72** часа;

производственной практики - **36** часов.

Промежуточная аттестация 12 часов.

**2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом 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. |

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | - сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и ихпотребностях;- 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 базеданных;- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры спотенциальными 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 дляпланирования 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 вслучае 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 ирегламентами организации;- подготавливать документацию для формирования заказа;- осуществлять мероприятия по размещению заказа;- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента овозможных изменениях;- принимать корректирующие меры по соблюдению договорныхобязательств;- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту всоответствии с регламентами организации;- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии состандартами 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 разработкимероприятий 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 стимулированияпродаж;- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержаниюлояльности клиента;- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынкапотребительских товаров;- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используявнешние и внутренние источники;- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;- вносить предложения по формированию мотивационных программ дляклиентов и обеспечивать их реализацию;- вносить предложения по формированию специальных предложений дляразличных категорий клиентов;- анализировать и систематизировать данные по состоянию складскихостатков;- 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 долгосрочныхотношений;- 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 базеданных;- разрабатывать рекомендации для клиента;- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качествомпредоставления 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. |

**3. СТРУКТУРА и содержание профессионального модуля**

**3.1. Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. |
| Обучение по МДК | Практики |
| Всего | В том числе |
| Лабораторных и практических занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа | Промежуточная аттестация | Учебная | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | *11* |
| ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.1-ПК 3.8 | МДК 03.01Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | 126 | 56 | 126 | 56 | - | 14 | 6 | 72 | 36 |
| ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.1-ПК 3.8 | Экзамен квалификационный | 12 |  |  |  |  |  | 12 |  |  |
| ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.1-ПК 3.8 | Учебная практика ПМ.03 | 72 |  |  |  |  |  | ДЗ |  |  |
| ОК 01, 02, 04, 05, 09ПК 3.1-ПК 3.8 | Производственная практика ПМ.03 | 36 |  |  |  |  |  | ДЗ |  |  |
|  | **Всего:** | **246** | 56 | 126 | 56 | - | 14 | **18** | **72** | **36** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.03**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **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 и сам.раб** | **Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** |  |
| **Тема 1. Формирование клиентской****базы** | **Содержание**  | **16** |  |
| Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. | 2 | ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формированиепотребительской лояльности. Методы удержания клиентов. | 2 |
| Пути формирования клиентской базы. | 2 |
| Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, СMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). | 2 |
| Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развитияклиентоориентированных технологий в России. | 2 |
| **Практическое занятие № 1**Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие № 2**Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. | 2 |
| **Практическое занятие № 3**Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности. | 2 |
| **Тема 2.****Организация и****осуществление****преддоговорной и****предпродажной работы** | **Содержание** | **34** |  |
| Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| 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» | 2 |
| Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. | 2 |
| Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. | 2 |
| Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования кпланировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине. | 2 |
| Мерчандайзинг. понятие, правила и программы. | 2 |
| 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. | 2 |
| Методика построения планограммы. Правила оформления ценников. | 2 |
| **Самостоятельная работа № 1**Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров. | 2 |
| **Практическое занятие № 4**Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие № 5**Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. | 2 |
| **Практическое занятие № 6**Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж. | 2 |
| **Практическое занятие № 7**Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. | 2 |
| **Практическое занятие № 8**Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов. | 2 |
| **Практическое занятие № 9**Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов. | 2 |
| **Практическое занятие № 10**Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. | 2 |
| **Практическое занятие № 11**Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов. | 2 |
| **Тема 3.****Организация и****осуществление продажи****потребительских товаров** | **Содержание** | **16** |  |
| Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах | 2 |
| Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок. | 2 |
| Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров. | 2 |
| **Самостоятельная работа № 2**Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок. | 2 |
| **Практическое занятие № 12**Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **Практическое занятие № 13**Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей. | 2 |
| **Практическое занятие № 14**Работа с возражениями в процессе продажи товаров. | 2 |
| **Тема 4.****Обеспечение эффективного****взаимодействия с****клиентами в процессе****оказания услуги торговли и****соблюдения стандартов****организации** | **Содержание**  | **12** |  |
| Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию. | 2 |
| **Практическое занятие № 15**Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие № 16**Продажа дополнительных услуг торгового предприятия. | 2 |
| **Практическое занятие № 17**Оказание содействия клиентам в процессе продажи. | 2 |
| **Практическое занятие № 18**Урегулирование спорных вопросов, претензий. | 2 |
| **Тема 5.****Планирование и реализация****мероприятий для****обеспечения выполнения****плана продаж и****стимулирования****покупательского спроса** | **Содержание**  | **18** |  |
| Позиционирование продукции организации на рынке. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| Методы сегментирования рынка. Портрет клиента. | 2 |
| Методы стимулирования продаж. | 2 |
| **Самостоятельная работа № 3**Сущность, содержание и основные цели маркетинговой деятельности в торговле. | 2 |
| **Самостоятельная работа № 4**Методы изучения покупательского спроса. | 2 |
| **Самостоятельная работа № 5**Услуги розничной торговли. Внемагазинные формы продажи товаров. | 2 |
| **Практическое занятие № 19**Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие № 20**Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж. | 2 |
| **Практическое занятие № 21**Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж. | 2 |
| **Тема 6.****Организация контроля****продаж. Оценка****эффективности продаж** | **Содержание** | **10** |  |
| Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **Самостоятельная работа № 6**Планирование потребности в персонале службы продаж. | 2 |
| **Практическое занятие № 22**Составление отчетной документации по продажам. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие № 23**ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы. | 2 |
| **Практическое занятие № 24**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 7.****Анализ и контроль****состояния товарных запасов** | **Содержание** | **4** |  |
| Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **Практическое занятие № 25**Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 8.****Организация****послепродажного****обслуживания,****консультационно-****информационное****сопровождение клиентов** | **Содержание** | **10** |  |
| Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **Самостоятельная работа № 7**Послепродажное обслуживание и его роль в обеспечении конкурентоспособности товара. Виды сервиса. Планирование сервиса. | 2 |
| **Практическое занятие № 26**Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. | 2 | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие № 27**Разработка плана послепродажного обслуживания клиента. | 2 |
| **Практическое занятие № 28**Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. | 2 |
| **Экзамен** | **6** |  |
| **Учебная практика** **Виды работ**1. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.
2. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов.
 | **72** |  |
| **Производственная практика****Виды работ**1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий.2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.3. Оформление витрин и выставок.4. Проведение первичного мерчандайзинг-аудита розничных торговых объектов.5. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки.6. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.7. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов.9. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.10. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов.11. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов.12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания. | **36** |  |
| Промежуточная аттестация **Экзамен по модулю** | **12** |  |

**4. условия реализации ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**4.1.  Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля осуществляется в следующих помещениях:

Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», мастерская «Учебный магазин».

Оборудование мастерской «Учебный магазин»:

 - посадочные места по количеству обучающихся;

 - рабочее место преподавателя;

 - комплект учебно-методического обеспечения МДК 03.01 профессионального модуля;

 - специальные места (первые столы в ряду у окна и в среднем ряду для лиц с нарушением зрения и слуха, а для обучающихся с нарушением опорно-двигательного аппарата – первые 2 стола в ряду у дверного проема).

 - комплект учебно-методической документации;

 - наглядные пособия (планшеты, опорные схемы и презентации по темам МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами;

 - витрины;

 - муляжи товаров;

 - пристенные и островные горки;

 - технические средства обучения (ПК, принтер, мультимедийный проектор);

 - рекламно-выставочный инвентарь (манекены, держатели для одежды, подставки и т.д.).

**4.2. Информационное обеспечение обучения**

**Основные источники:**

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. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312 с. ISBN 978- 5-406-09730-4

**4.3. Особенности обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В целях реализации рабочей программы профессионального модуля созданы и совершенствуются специальные условия с учетом нозологий обучающихся: для лиц с нарушениями зрения предусмотрена возможность обучения с использованием инструментария, представленного в печатной форме увеличенным шрифтом и в форме электронного документа, для лиц с нарушениями слуха, нарушениями опорно-двигательного аппарата – в печатной форме, в форме электронного документа. При наличии запросов обучающихся с расстройством аутистического спектра (РАС), нервно-психическими расстройствами (НПР), нарушениями опорно-двигательного аппарата или по рекомендации педагога-психолога для представления учебного материала создаются контекстные индивидуально ориентированные мультимедийные презентации.

Для адаптации к восприятию лицами с ОВЗ справочного, учебного, просветительского материала обеспечиваются следующие условия:

Для ***слабовидящих*** обучающихся используются:

1) специальные учебники (в электронной форме): созданные на основе учебников для обучающихся, не имеющих ограничений по возможностям здоровья, но отвечающие особым образовательным потребностям слабовидящих и имеющие учебно-методический аппарат, адаптированный под зрительные возможности слабовидящих*;*

2) индивидуальные дидактические материалы и наглядные пособия, выполненные с учетом типологических и индивидуальных зрительных возможностей слабовидящих обучающихся;

 3) печатная информация представляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается (т.е. чтение не заменяется пересказом), так же, как и записи на доске;

 4) обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

 5) предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

Компенсация затруднений сенсомоторного и интеллектуального развития слабовидящих лиц с ОВЗ проводится за счет:

- исключения повышенного уровня шума на уроке и внеурочном мероприятии;

- акцентирования внимания на значимости, полезности учебной информации для профессиональной деятельности;

- многократного повторения ключевых положений учебной информации;

- подачи материала на принципах мультимедиа;

- максимального снижения зрительных нагрузок при работе на компьютере (подбор индивидуальных настроек экрана монитора, дозирование и чередование зрительных нагрузок с другими видами деятельности, использование программных средств для увеличения изображения на экране; работы с помощью клавиатуры, использование «горячих» клавиш и др.);

- регулярного применения упражнений на совершенствование темпа переключения внимания, его объема и устойчивости;

Информативность и комфортность восприятия учебного материала на уроке обеспечивается за счет его алгоритмизации по параметрам:

- психотерапевтическая настройка;

 - аудиальные стимулы к восприятию (объяснение, вопросы, просьбы повторить сказанное; четкие доступные указания, разъяснения, пояснения; контекстный аудиофон и др.);

- визуальные стимулы к восприятию (учебники, пособия, опорные конспекты, схемы, слайды РР-презентации, иные наглядные материалы);

- кинестетические стимулы к восприятию (конспектирование, дополнение, маркирование опорного конспекта, тесты с выбором варианта ответа, жестовый выбор, запись домашнего задания, вещественное моделирование, поисковые задания, выполняемые индивидуально с использованием ноутбуков и др.);

- активные методы обучения (проблемные вопросы, дискуссии, деловые и ролевые игры, практические работы; использование мета предметных связей, связи с практикой и др.);

- организованные паузы для обеспечения здоровье сбережения.

Для ***слабослышащих*** обучающихся используются:

1) индивидуальные дидактические материалы и наглядные пособия, выполненные с учетом особенностей психофизического развития обучающегося с нарушением слуха, состояния моторики, зрения, наличия других дополнительных нарушений.

При наличии запросов, обучающихся с нарушением слуха для представления учебного материала, создаются контекстные индивидуально ориентированные мультимедийные презентации.

Для адаптации к восприятию обучающимися с нарушенным слухом справочного, учебного, просветительского материала обеспечиваются следующие условия:

- звуковая справочная информация о расписании учебных занятий дублируется визуальной информацией на сайте колледжа, на доске объявлений;

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (например, слово «звонок» пишется на доске);

- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);

- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам;

- педагог не повышает резко голос, повторяет сказанное по просьбе обучающегося, использует жесты;

- перед тем как давать объяснение новых профессиональных терминов, педагог проводит словарную работу, разбирая смысловое значение каждого слова с обязательной личностно ориентированной обратной связью с обучающимися;

- ведется запись сложной для восприятия информации, включающей в себя номер, правило, инструкцию, формулу, сложный термин, адрес и т.п.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих обучающихся проводится за счет:

- фиксации педагогов на собственной артикуляции;

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;

- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

# **4.4. Общие требования к организации образовательного процесса**

В состав профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами входит междисциплинарный курс: МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Теоретические занятия проводятся в учебном мастерской «Учебный магазин».

 Максимальный объем учебной нагрузки обучающегося составляет 36 академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной учебной нагрузки.

Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки в очной форме обучения составляет 36 академических часов в неделю.

Для успешного освоения профессионального модуля Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами каждый студент обеспечивается учебно-методическими материалами (тематическими планами семинаров и практических занятий, учебно-методической литературой, типовыми тестовыми заданиями, ситуационными задачами, заданиями и рекомендациями по самостоятельной работе).

Лекции формируют у студентов системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных технологий и инноваций, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Практические занятия обеспечивают приобретение и закрепление необходимых навыков и умений, формирование профессиональных компетенций, готовность к самостоятельной и индивидуальной работе, принятию ответственных решений в рамках профессиональной компетенции.

Самостоятельная работа включает в себя работу с литературой, подготовку рефератов по выбранной теме, проведение исследований, отработку практических умений, и способствует развитию познавательной активности, творческого мышления обучающихся, прививает навыки самостоятельного поиска информации, а также формирует способность и готовность к самосовершенствованию, самореализации и творческой адаптации, формированию общих компетенций.

Оценка теоретических и практических знаний студентов осуществляется с помощью тестового контроля, решения ситуационных задач, оценки практических умений. В конце изучения профессионального модуля проводится экзамен.

Учебные занятия предусматривают широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В ходе занятий предусматриваются встречи с представителями торговли, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Организация учебной и производственной практики осуществляется образовательным учреждением в сроки, установленные рабочим учебным планом. Практика является обязательным разделом ПМ. 03. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. При реализации ППССЗ предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная.

Учебная практика и производственная практика (по профилю специальности) проводятся образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций и могут реализовываться как концентрированно в несколько периодов, так и рассредоточено, чередуясь с теоретическими занятиями в рамках профессионального модуля.

Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются образовательным учреждением по каждому виду практики.

Реализация программы модуля предполагает концентрированную учебную практику в объеме 72 часов. Занятия по учебной практике проводятся в мастерской «Учебный магазин». Руководство практикой осуществляет преподаватель междисциплинарных курсов.

Производственная практика проводится концентрированно после освоения всех разделов модуля в объеме 36 часов. Производственная практика проводится на торговых предприятия, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля ПМ 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами является освоение МДК 03.01 в рамках данного модуля и учебной практики.

Аттестация по итогам учебной и производственной практики проводится на комплексном дифференцированном зачете в форме защиты отчета по производственной практике с предоставлением пакета документов: отчета по практике, дневника, аттестационного листа и характеристики с места прохождения практики, заверенные печатью предприятия.

Учебные дисциплины, изучение которых должно предшествовать освоению данного профессионального модуля: СГ.06 Психология и этика профессиональной деятельности, Оп.04 Автоматизация торгово-технологических процессов, МДК 01.01 Организация выполнения торгово-технологических процессов.

Результаты прохождения учебной и производственной практики по модулю учитываются при проведении государственной (итоговой) аттестации.

Изучение программы модуля завершается экзаменом (квалификационным).

При изучении модуля с обучающимися проводятся консультации как со всей группой, так и индивидуально.

# **4.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

# **Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами - педагогические кадры должны иметь высшее образование, соответствующее профилю модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей. Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: – наличие высшего образования социально-экономического и гуманитарного профиля; – опыт работы в торговых или производственно-коммерческих организациях обязателен.

Преподаватели должны получать дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в три года.

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

**Контроль и оценка** результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, устного опроса, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий с учетом особенностей психофизического развития обучающегося инвалида или лица с ОВЗ.

Организация контроля и оценка результатов освоения дисциплины предусматривает:

- организацию и проведение контроля во фронтальной или индивидуальной форме (по запросу семьи и/или желанию обучающихся);

- организацию особого временного режима выполнения заданий (время может увеличиваться в 1,5 раза по сравнению с принятой нормой) либо определение критериев оценки результатов освоения дисциплины с учетом особенностей психофизического развития обучающегося инвалида или лица с ОВЗ;

- оказание необходимой помощи со стороны преподавателя (на этапах принятия, выполнения учебного задания и контроля результативности), дозируемой исходя из индивидуальных особенностей здоровья каждого обучающегося и направленной на создание и поддержание эмоционального комфортного климата, а также содействие в точном понимании ими словесных инструкций;

- предоставление заданий, включая текст для письменного изложения, и инструкций по их выполнению в письменной форме и обеспечение возможности неоднократного (не менее 3 раз) чтения текста для изложения, контрольных заданий и инструкций;

- использование индивидуального материала, разработанного с учетом индивидуальных особенностей обучающегося (облегченного по сравнению с контрольно-оценочными средствами, сформированными для обучающихся, не имеющих ограничений по возможностям здоровья).

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений и знаний.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты** **(освоенные ПК, ОК)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и 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/письменный опрос.Тестирование.Проверка правильностивыполнения расчетныхпоказателей. Сравнениерезультатов выполнениязадания с эталоном.Экспертная оценкарезультатов выполненияпрактических кейс-заданий.Экспертная оценкаконтрольных / проверочныхработ.Экспертная оценкаиспользованияобучающимся методов иприёмов личнойорганизации в процессеосвоения образовательнойпрограммы на практическихзанятиях, при выполнениииндивидуальных домашнихзаданий, работ по учебнойпрактике.Экспертная оценкаиспользованияобучающимся методов иприёмов личнойорганизации при участии впрофессиональныхолимпиадах, конкурсах,выставках, научно-практическихконференциях.Экспертная оценка созданияи представленияпрезентаций.Экспертная оценкасоблюдения правилоформления документов ипостроения устныхсообщений нагосударственном языкеРоссийской Федерации ииностранных языках.Экспертная оценкакоммуникативнойдеятельности обучающегосяв процессе освоенияобразовательной программына практических занятиях,при выполнении работ поучебной практике.Экспертная оценка умениявступать вкоммуникативныеотношения в сферепрофессиональнойдеятельности иподдерживать ситуационноевзаимодействие, принимаяво внимание особенностисоциального и культурногоконтекста, в устной иписьменной форме,проявление толерантности вколлективе.Экспертная оценкарезультатов деятельностиобучающихся в процессеосвоения образовательнойпрограммы:– на практических занятиях– при выполнении работ наразличных этапахпроизводственнойпрактики;– при проведении экзаменовпо профессиональномумодулю, в т.ч. в формедемонстрационногоэкзамена/профессионального экзамена по оценочнымсредствампрофессиональногосообщества. |
| ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров; | * Разрабатывает алгоритм установления контактов;
* Формирует коммерческие предложений 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;
* 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.
 |
| ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использование специализированных программных продуктов | * Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
* Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту;
* Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.
 |
| ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж; | * Планирует объемы собственных продаж;
* Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж;
* Анализирует выполнения плана продаж.
 |
| 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. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | * 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 и/или проблему в профессиональном и/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 в 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;
* Участвует 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 на знакомые или интересующие профессиональные темы.
 |