

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Московский политехнический университет» (Московский Политех)

**Ивантеевский филиал
Московского политехнического университета**

УТВЕРЖДАЮ
заместитель директора филиала
по учебной работе

_____ А.В. Матвеева

07 _____ июля _____ 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

для специальности среднего профессионального образования

38.02.08

код специальности

Торговое дело

2024 год

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.03. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.08 Торговое дело (утверждён приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. №548, зарегистрирован в Минюсте России 22.08.2023 рег.№ 74906);

Организация-разработчик: Ивантеевский филиал Московского политехнического университета

Разработчик: Т.Е. Трофимчук, преподаватель

Рецензенты: Кристина Александровна Савинцева, бизнес-партнер по персоналу кластера, ООО «Агроторг»

Одобрена цикловой комиссией
Экономики и управления
Протокол № 11 от 26 июня 2024 г.

Председатель Цикловой комиссии _____ Е.К. Лобашевская

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы 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).

1.2 Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

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

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none">– 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.
-------------------------	--

<p>Уметь</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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;
---------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> – 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	<ul style="list-style-type: none"> – методики выявления потребностей клиентов; – методики выявления потребностей; – технику продаж; – методики проведения презентаций;

	<ul style="list-style-type: none"> – 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.
--	---

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности – Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами, в том числе общими компетенциями (ОК) и профессиональными компетенциями (ПК):

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.

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных 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	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

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –	397 часов,
в том числе:	
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –	214 часов;
учебной практики –	72 часа;
производственной практики –	72 часа;
самостоятельной работы обучающегося –	31час;
консультации -	2 часа;
промежуточная аттестация -	6 часов.

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультации, часов		Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося				Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	-	10	11
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	247	214	138	-	31	-	2	-		
	Учебная практика, часов	72						-	72		
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72								72	
	Промежуточная аттестация	6						6		-	
	Всего:	397	214	138	-	31	-	2	6	144	

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	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		247
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		247
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	<p>Содержание</p> <p>1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.</p> <p>2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.</p> <p>3. Пути формирования клиентской базы</p> <p>4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).</p> <p>5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России</p> <p>Практические занятия</p> <p>Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации</p> <p>Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.</p> <p>Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.</p>	28
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	<p>Содержание</p> <p>1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий</p> <p>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»</p> <p>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.</p> <p>4. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.</p> <p>5. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным</p>	48

	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.	
	Практические занятия	32
	Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	
	Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	
	Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	
	Практическое занятие 16-17. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	
	Практическое занятие 18-19. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	
	Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	
	Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	
	Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	
Тема 1.3. Организация и осуществление продаж потребительских товаров	Содержание	24
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	
	2. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	8
	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	
	Практические занятия	
	В том числе практических занятий	16
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	
	Практическое занятие 28-30. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	
	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе	Содержание	24
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	8
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	

оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Практические занятия	16
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	
	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание	32
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	10
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3. Методы стимулирования продаж	
	Практические занятия	22
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	28
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	
Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж		
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	8
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	20
	Практические занятия	
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам	
	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	
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)		
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	Содержание	10
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	6
	Практические занятия	4
	Практическое занятие 63-64. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание	20
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	10
	Практические занятия	10
	Практическое занятие 65-66. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	
	Практическое занятие 67-68. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	
Практическое занятие 69. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»		
	Самостоятельная работа	31
	Консультации	2
Учебная практика		72
Виды работ		
1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения		

<p>клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>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. 	72
<p>Экзамен по модулю</p>	6
Всего	397

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены: Учебные кабинеты обще профессиональных дисциплин и профессиональных модулей и автоматизации торгово-технологических процессов, эксплуатации торгово-технологического оборудования и охраны труда;

мастерская учебный магазин.

Оборудование учебного кабинета обще профессиональных дисциплин и профессиональных модулей:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- автоматизированное рабочее место преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение.

Технические средства обучения:

- экран;
- мультимедийный проектор;

Оборудование учебного автоматизации торгово-технологических процессов, эксплуатации торгово-технологического оборудования и охраны труда:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- автоматизированное рабочее место преподавателя;

Технические средства обучения:

- телевизор TOMSON;
- учебно-методическое обеспечение.

Оборудование мастерской учебный магазин:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- автоматизированное рабочее место преподавателя;
- автоматизированные рабочие места обучающихся;
- учебно-методическое обеспечение.

Технические средства обучения:

- экран;
- мультимедийный проектор;

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику. Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- автоматизированные рабочие места, оснащенные лицензионным программным обеспечением общего и профессионального назначения;
- принтер.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная учебная литература

ОЛ.1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541305> (дата обращения: 19.06.2024).

ОЛ.2. 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, 2024. — 196 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16967-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537436> (дата обращения: 19.06.2024).

Дополнительная учебная литература

ДЛ.1. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16956-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538301> (дата обращения: 19.06.2024).

Информационные ресурсы Интернет:

ИР.1. КонсультантПлюс : [справочно-правовая система] / ООО Компания «КонсультантПлюс» : сайт — Москва. - Обновляется в течение суток — . — URL: <https://www.consultant.ru/> (дата обращения: 26.06.2024). - Текст : электронный.

ИР.2. ГАРАНТ- : [информационно-правовой портал] : сайт. — Москва.- Обновляется в течение суток — . — URL: <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 26.06.2024). - Текст : электронный.

ИР.3. Техэксперт/Кодекс : [профессиональные справочные системы] : сайт. — Москва.- Обновляется в течение суток — . — URL: <https://cntd.ru/products/> (дата обращения: 26.06.2024). - Текст : электронный.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; – Информировать 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. 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской 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 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное</p>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – Предлагает способы информирования клиентов о текущих 	<p>ситуационное</p>

	<p>маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</p> <p>– Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.</p>	<p>взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <p>– на практических занятиях</p> <p>– при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</p> <p>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества;</p> <p>- при выполнении и защите курсовой работы.</p>
ПК 3.6	– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	
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>	
ПК 3.8	<p>– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания;</p> <p>– Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.</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>	
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>	
ОК 04	– Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и	

	<p>команды;</p> <ul style="list-style-type: none"> – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ. 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	