Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Солоненко Анна Александровна
Должность: Директор
Дата подписания: 22.04.2024 19:27:15
Уникальный программный ключ:
d9ba9a2cd160ab4af0421f478ab037f8b3050e51

ПМ.03

Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»

Система менеджмента качества в области образования, воспитания, науки и инноваций сертифицирована ООО «ДКС РУС» по международному стандарту ISO 9001:2015

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

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

специальность

38.02.08 Торговое дело

п. Рыбное, Дмитровский г.о, Московская обл. - 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08. «Торговое дело»

Организация-разработчик: Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Астраханский государственный технический университет» (ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»).

Разработчик:

Преподаватель высшей квалификационной категории _____ О.Н. Бортникова

Эксперт от работодателя:

Администратор магазина «Красное и Белое» _____ С.М.Свиридова

Рассмотрена и одобрена на заседании цикловой комиссии общепрофессиональных экономических и товароведных дисциплин и профессиональных модулей,
протокол № 3 от «15» марта 2024 г.

Председатель цикловой комиссии _____ О.Н.Бортникова

СТРУКТУРА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВД) на базе основного общего образования и на базе среднего общего образования по очной и заочной форме обучения: Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

1.2. Место профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

ПМ 03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» входит в цикл «Профессиональные модули».

Форма промежуточной аттестации – экзамен, зачет с оценкой по производственной практике, экзамен по модулю.

1.3 Требования к результаты освоения профессионального модуля.

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

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.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками

– сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;

– поиска и выявления потенциальных клиентов;

– формирования и актуализации клиентской базы;

– проведения мониторинга деятельности конкурентов;

– определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;

– формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий

с клиентами;

– информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;

– стимулирования клиентов на заключение сделки;

– взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;

– закрытия сделок;

– соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;

– использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;

– сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;

– мониторинг и контроль выполнения условий договоров;

– анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;

– выполнения запланированных показателей по объему продаж;

– разработки программ по повышению лояльности клиентов;

– разработки мероприятий по стимулированию продаж;

– информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;

– участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;

– стимулирования клиентов на заключение сделки;

– контроля состояния товарных запасов;

– анализа выполнения плана продаж;

– информационно-справочного консультирования клиентов;

– контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;

– обеспечения соблюдения стандартов организации.

Уметь

– работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;

– вести и актуализировать базу данных клиентов;

– формировать отчетную документацию по клиентской базе;

– анализировать деятельность конкурентов;

– определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;

– планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;

– вести реестр реквизитов клиентов;

– использовать программные продукты;

– планировать объемы собственных продаж;

– устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;

– использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;

– формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;

– планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;

– использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;

– предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;

– опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
– работать с возражениями клиента;
– применять техники по закрытию сделки;
– суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
– фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
– обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
– анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
– оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
– подготавливать документацию для формирования заказа;
– осуществлять мероприятия по размещению заказа;
– следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
– принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
– осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
– оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
– осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
– организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
– соблюдать конфиденциальность информации;
– предоставлять клиенту достоверную информацию;
– корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
– соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
– обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
– обеспечивать соблюдение требований охраны;
– разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
– собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
– планировать работу по выполнению плана продаж;
– анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
– анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
– анализировать возможности увеличения объемов продаж;
– планировать и контролировать поступление денежных средств;
– обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
– применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
– планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
– планировать объемы собственных продаж;
– оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
– разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
– разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
– анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
– анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;

– анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;

– вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;

– вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;

– анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;

– обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;

– анализировать оборачиваемость складских остатков;

– составлять отчетную документацию по продажам;

– разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;

– инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;

– инициативно вести диалог с клиентом;

– резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;

– определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;

– разрабатывать рекомендации для клиента;

– собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;

– анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;

– проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;

– вести деловую переписку с клиентами и партнерами;

– использовать программные продукты.

Знать

– методики выявления потребностей клиентов;

– методики выявления потребностей;

– технику продаж;

– методики проведения презентаций;

– потребительские свойства товаров;

– требования и стандарты производителя;

– принципы и порядок ведения претензионной работы;

– ассортимент товаров;

– стандарты организации;

– стандарты менеджмента качества;

– гарантийную политику организации;

– специализированные программные продукты;

– методики позиционирования продукции организации на рынке;

– методы сегментирования рынка;

– методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;

– инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;

– Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;

– Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;

– Основы организации послепродажного обслуживания.

1.4. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 330 часов, том числе,

обязательная учебная нагрузка с преподавателем – 280 часов, из них:

лекции – 66 часов,
практические занятия – 66 часов;
Самостоятельная работа обучающегося – 32 часа.
Консультации – 4 часа.
Производственная практика – 144 часа.

2 СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1 Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и 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
ПК 3.1- ПК 3.8	МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	180	136	66	-	32	-	-	-
ПК 3.1- ПК 3.8	Производственная практика по осуществлению продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами	144						-	144
Всего:		330	280	66	-	32	-	-	144

2.2 Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

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 часов
1	**2**	**3**
ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		**66/66/32**
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	**Содержание** **1.** Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. **2.** Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. **3.** Пути формирования клиентской базы **4.** Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). **5.** Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	8
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	2
	Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	2
	Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	2
	Самостоятельная работа	4
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	**Содержание** **1.** Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий **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»	8

	3. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров. **4.** Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. **5**.Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине **6.** Мерчандайзинг. понятие, правила и программы **7.** Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров. **8.** Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2
	Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2
	Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2
	Практическое занятие 16-17. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2
	Практическое занятие 18-19. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2
	Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	2
	Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2
	Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2
	Самостоятельная работа	*4*
Тема 1.3. Организация и	**Содержание** **1.** Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	8

осуществление продажи потребительских товаров	**2**.Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах **3**. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок **4.** Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2
	Практическое занятие 28-30Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	2
	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	2
	Самостоятельная работа	4
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	**Содержание** 1.Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина **2.** Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	8
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2
	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий	2
	Самостоятельная работа	4
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	**Содержание** **1.** Позиционирование продукции организации на рынке **2.** Методы сегментирования рынка. Портрет клиента. 3.Методы стимулирования продаж	8
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	2
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	2
	Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2
	Самостоятельная работа	4
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	**Содержание** **1.** Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	8
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам	2

	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	2
	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)	4
	Самостоятельная работа	4
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	**Содержание** **1.** Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	8
	Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	4
	Самостоятельная работа	4
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	**Содержание** **1.** Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	10
	Практическое занятие 66-68. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	4
	Практическое занятие 69-71. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	4
	Практическое занятие 72-76. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	4
	Самостоятельная работа	6
	Максимальная учебная нагрузка (всего)	330
	Обязательная учебная нагрузка с преподавателем (всего), в том числе:	280
	лекционные занятия	66
	практические занятия	66
	Самостоятельная работа обучающегося (всего), включая	32
	консультации	4
	итоговая аттестация	6
	Производственная практика	144
Формы промежуточной аттестации: Экзамен по МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами; Зачет с оценкой по производственной практике по осуществлению продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами; Экзамен по модулю: Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля предполагает наличие кабинета «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда» и в кабинетах для самостоятельной работы (компьютерный класс, кабинет библиотеки, читального зала с выходом в сеть Интернет).

Основные характеристики и оснащенность отражены в паспортах кабинетов, оригиналы которых хранятся в учебно-методическом отделе ДРТИ.

Оборудование кабинета «Автоматизация торгово-технологических процессов»:

Комплект учебной мебели

Рабочее место преподавателя: стол, стул

Технические средства обучения: Набор демонстрационного оборудования: проектор

Аудиторная доска: Доска

Объекты для проведения практических занятий: раздаточный материал (таблицы, схемы, рисунки).

Оборудование кабинета «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда»:

Комплект учебной мебели

Рабочее место преподавателя: стол, стул

Технические средства обучения: Набор демонстрационного оборудования: проектор

Аудиторная доска: Доска

Объекты для проведения практических занятий: раздаточный материал (таблицы, схемы, рисунки).

Обучающимся предоставляются кабинеты для самостоятельной работы студентов:

1) Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет со следующим оснащением:

Комплект учебной мебели.

Рабочее место библиотекаря.

Технические средства обучения для самостоятельной работы студентов: компьютер (в комплекте с системным блоком с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ДРТИ), принтер.

Шкаф (стеллаж) для хранения

Стеллаж для хранения книг.

Тумба приставная с замком

Стенды для книг

Вешалка

1. Компьютерный класс со следующим оснащением:

Рабочие места студентов

Рабочее место преподавателя

Оборудование для самостоятельных занятий: компьютер в комплекте с системным блоком, монитором, клавиатурой и мышью, с программным обеспечением принтер

Шкаф (стеллаж) для хранения

Аудиторная доска магнитно – маркерная

Вешалка

Тумба

Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494509

2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491497

3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490471

3.2.2. Дополнительные источники

1. Федеральный Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей».

2. Федеральный Российской Федерации от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».

3. Федеральный Закон Российской Федерации от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».

4. Федеральный закон № 41-ФЗ от 26.03.1998 «О драгоценных металлах и драгоценных камнях».

5. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки».

6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».

7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности».

9. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

10. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции».

11. Приказ Министерства промышленности и торговли от 1 марта 2013 года № 252 «Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания».

12. ГОСТ Р ИСО 11648-1-2009 «Статистические методы. Выборочный контроль нештучной продукции. Часть 1. Общие принципы».

13. ГОСТ Р ИСО 11648-2-2009 «Статистические методы. Выборочный контроль нештучной продукции. Часть 2. Отбор выборки сыпучих материалов».

17. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии http://www.gost.ru

18. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. http://www.interstandart.ru

19. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество». www.stq.ru

20. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «www.spros.ru

21. Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза http://www.znaytovar.ru.

3.2.3 Официальные, справочно-библиографические и периодические издания:

а) официальные издания:

а) официальные издания: 1. Конституция Российской Федерации. Последняя действующая редакция с Комментариями [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://constrf.ru/

2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/

3. Национальный проект «Образование». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // https://strategy24.ru/rf/

4. Всемирная декларация об обеспечении выживания, защиты и развития детей (1990). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_child90.shtml

б) справочно-библиографические издания:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ;
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ;

ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст)

в) периодические издания:

1. Экономическая среда: журнал / изд. Орловский государственный институт экономики и торговли; гл. ред. А.Л.Лазаренко – Орел, 2023. - № 1 – 62 с. То же [Электронный ресурс]. - https://e.lanbook.com/journal/issue/306678

2. Экономическая среда: журнал / изд. Орловский государственный институт экономики и торговли; гл. ред. А.Л.Лазаренко – Орел, 2023. - № 2 – 120 с. То же [Электронный ресурс]. – https://e.lanbook.com/journal/issue/308118

3. Экономическая среда: журнал / изд. Орловский государственный институт экономики и торговли; гл. ред. А.Л.Лазаренко – Орел, 2023. - № 3 – 101 с. То же [Электронный ресурс]. – https://e.lanbook.com/journal/issue/308863

4. Экономическая среда: журнал / изд. Орловский государственный институт экономики и торговли; гл. ред. А.Л.Лазаренко – Орел, 2023. - № 4 – 123 с. То же [Электронный ресурс]. - https://e.lanbook.com/journal/issue/309688

3.2.4 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:

1. Бортникова О..Н Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами. Методические указания к проведению практических работ для студентов очной и заочной формы обучения специальности 38.02.08 «Торговое дело».- Рыбное: ДРТИ, 2024.-Режим доступа: http://www.portal.drti.ru

2. Бортникова О.Н. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами. Методические указания по выполнению внеаудиторной

самостоятельной работы для студентов очной и заочной формы обучения специальности 38.02.08 «Торговое дело».- Рыбное: ДРТИ, 2024. - Режим доступа: http://.www.portal.drti.ru

3.2.5 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. www.nalog.gov.ru – Официальный сайт Федеральной налоговой службы;
2. www.rosstat.gov.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики;
3. www.consultant.ru – Информационно правовой портал Справочно-правовой системы Консультант плюс;
4. www.garant.ru – Информационно правовой портал Справочно-правовой системы Гарант.

3.2.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень информационных технологий, используемых в учебном процессе

Наименование программного обеспечения	**Назначение**
Образовательный портал Moodle	Образовательный портал ДРТИ построен на обучающей виртуальной среде Moodle и доступен по адресу https://www.портал.дрти.рф из любой точки, имеющей подключение к сети Интернет, в том числе из локальной сети ДРТИ. Образовательный портал ДРТИ подходит как для организации online- классов, так и для традиционного обучения. Портал разделен на «открытую» (общедоступную) и «закрытую» части. Доступ к закрытой части осуществляется после предъявления персональной пары «логин-пароль» преподавателем или студентом.
Электронно-библиотечная система ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»	Обеспечивает доступ к электронно-библиотечным системам издательств, доступ к электронному каталогу книг, трудам преподавателей, учебно-методическим разработкам ДРТИ, периодическим изданиям.

Возможность доступа к электронно-библиотечным системам

Наименование электронного ресурса, адрес сайта	**Назначение**
ЭБС Юрайт www.urait.ru	ЭБС Юрайт - ресурс, включающий электронные версии книг издательства "Юрайт". Издательство специализируется на издании учебной литературы для высших и средних специальных учебных заведений по новым образовательным стандартам. Включает в себя каталог грифованных учебников по социально-экономическому, гуманитарному и юридическому, естественнонаучному и техническому направлениям. Авторами учебников являются преподаватели ведущих вузов России. В ЭБС представлены учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением действующих требований ФГОС. В ЭБС присутствует возможность: индивидуального неограниченного доступа пользователей к содержимому из любой точки, в которой имеется подключение к сети Интернет; одновременного индивидуального доступа пользователей к содержимому; полнотекстового поиска по содержимому, формирования

Наименование электронного ресурса, адрес сайта	Назначение
	статистических отчетов по пользователям. Издания в ЭБС представлены с сохранением вида страниц (оригинальной верстки).
ЭБС издательства «Лань» https://e.lanbook.com	ЭБС включает в себя как электронные версии книг издательства «Лань» и других ведущих издательств учебной литературы, так и электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. Предоставляет возможность круглосуточного дистанционного индивидуального пользования, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, с возможностью просмотра и скачивания на сайте в он-лайн режиме. Предоставляет право доступа к отдельным коллекциям, в частности таким, как «Инженерно-технические науки – Издательство Лань», «Информатика – Издательство Лань», «Химия – Издательство Лань», «Теоретическая механика – Издательство Лань».
ЭБС Рыбохозяйственное образование http://lib.klgtu.ru/jirbis2	Информационный ресурс ФГБОУ ВО "КГТУ" состоит исключительно из учебных изданий рекомендованных Федеральными учебно-методическими объединениями в системе высшего образования и среднего профессионально образования. Издания в ЭБС представлены с сохранением вида страниц (оригинальной верстки). Пользование ЭБС не требует никакого дополнительного программного обеспечения или аппаратных устройств, достаточно иметь подключение к Интернету. Чтение электронной версии книг доступно в постраничном режиме, а при необходимости возможно цитирование. Удобный и современный контекстный поиск по всему хранилищу книг позволяет быстро найти нужную книгу. Доступ осуществляется по логину и паролю, логин и пароль доступа находятся на общем абонементе.
Цифровой образовательный ресурс IPRsmart (ЭБС IPRBOOKSHOP.RU) www.iprbookshop.ru	Важнейший ресурс для получения качественного образования, предоставляющий доступ к учебным и научным изданиям, необходимым для обучения и организации учебного процесса. Использование ЭБС IPR BOOKS позволяет обучающемуся подготовиться к семинарам, зачетам и экзаменам, выполнить необходимые работы и проекты. Преподавателям ресурс будет полезен при составлении учебных планов и РПД, подготовке и проведении занятий, получении информации о новых публикациях коллег. Ресурс ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу, предназначенную для разных направлений обучения, с помощью которого можно получить необходимые знания, подготовиться к семинарам, зачетам и экзаменам, выполнить необходимые работы и проекты. Контент ЭБС IPRbooks представлен изданиями федеральных, региональных, вузовских издательств, научно-исследовательских институтов, ведущих авторских коллективов, содержание которых соответствует

Наименование электронного ресурса, адрес сайта	Назначение
	требованиям федеральных образовательных стандартов высшего, среднего профессионального, дополнительного профессионального образования, и ежедневно пополняется новыми актуальными изданиями. ЭБС IPRbooks содержит множество эксклюзивных изданий, которые не представлены в других ресурсах, в том числе издательств группы компаний IPRmedia: Вузовское образование, Профобразование, Ай Пи Эр Медиа. Удаленный доступ посредством сети Интернет возможен с любого ПК. Работать с ЭБС IPR BOOKS можно так же с мобильных устройств в круглосуточном режиме удаленно (скачайте приложение IPRbooks Mobile Reader на App Store или Play Market, приложение для слабовидящих IPRbooks WV-Reader на App Store или Play Market).

Перечень лицензионного учебного программного обеспечения

Наименование программного обеспечения	Назначение
1С:Предприятие 8.0.	Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях
ABBYY FineReader 8.0 Corporate Edition	Система оптического распознавания текста
STDU Viewer	Программа для просмотра электронных документов
Google Chrome, Opera	Браузер
Windows NT	Графические, интерактивные, многозадачные оперативные системы корпорации Microsoft
Dr.Web	Антивирусные программные продукты
Microsoft Office	Приложения – офисные редакторы для работы с текстовыми документами, электронными таблицами, электронными сообщениями, базами данных, изображениями и т.д.
Moodle	Образовательный портал ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»
7-zip	Архиватор

Перечень информационных справочных систем

Наименование ИСС	Назначение
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»	Содержит российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты по здравоохранению, технические нормы и правила.

Сведения об обновлении информационного обеспечения обучения представлены в локальной сети ДРТИ по адресу: \Base\\192.168.10.10\для обмена по дфагту\ИТ в обучении

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Преподаватели междисциплинарных курсов в течение всего периода освоения студентами профессионального модуля организуют консультирование студентов по вопросам дисциплин модуля.

Освоение программы профессионального модуля базируется на параллельном изучение модуля: «Организация и осуществление торговой деятельности», «Автоматизация торгово-технологических процессов», а также к выполнению выпускной квалификационной работы.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам и осуществляющих руководство практикой, входящим в профессиональный модуль: наличие высшего образования соответствующего профилю модуля «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы; дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже одного раза в три года.

4 . КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	**Основные показатели результатов подготовки**	**Формы и методы контроля и оценки**
ПК 3.1	– 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.	*Текущий контроль в форме:* - защиты практических работ; - устных опросов; - тестовых заданий; - аналитического задания. *Форма промежуточной аттестации* Экзамен по МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами; Зачет с оценкой по производственной практике по осуществлению продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами; Экзамен по модулю: Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
ПК 3.2	– 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	– Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	
ПК 3.4	– Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж.	

ПК 3.5	– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	
ПК 3.6	– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	
ПК 3.7	– 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	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания, практический опыт)	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
Владеть навыками –сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; –поиска и выявления потенциальных клиентов; –формирования и актуализации клиентской базы; –проведения мониторинга деятельности конкурентов; –определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; –формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; –информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; –стимулирования клиентов на заключение сделки; –взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; –закрытия сделок; –соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров; –использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи; –сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;	*Текущий контроль в форме:* - защиты практических работ; - устных опросов; - тестовых заданий; - аналитического задания. *Форма промежуточной аттестации* Экзамен по МДК 03.01 Технология продаж потребительски

–мониторинг и контроль выполнения условий договоров; –анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; –выполнения запланированных показателей по объему продаж; –разработки программ по повышению лояльности клиентов; –разработки мероприятий по стимулированию продаж; –информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; –участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; –стимулирования клиентов на заключение сделки; –контроля состояния товарных запасов; –анализа выполнения плана продаж; –информационно-справочного консультирования клиентов; –контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; –обеспечения соблюдения стандартов организации. **Уметь** –работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; –вести и актуализировать базу данных клиентов; –формировать отчетную документацию по клиентской базе; –анализировать деятельность конкурентов; –определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; –планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; –вести реестр реквизитов клиентов; –использовать программные продукты; –планировать объемы собственных продаж; –устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; –использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; –формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; –планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; –использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; –предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; –опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; –работать с возражениями клиента; –применять техники по закрытию сделки; –суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; –фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; –обеспечивать конфиденциальность полученной информации; –анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и	х товаров и координация работы с клиентами; Зачет с оценкой по производственной практике по осуществлению продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами; Экзамен по модулю: Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

разрабатывать план дальнейших действий; –оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; –подготавливать документацию для формирования заказа; –осуществлять мероприятия по размещению заказа; –следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; –принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; –осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; –оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; –осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; –организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; –соблюдать конфиденциальность информации; –предоставлять клиенту достоверную информацию; –корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; –соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; –обеспечивать баланс интересов клиента и организации; –обеспечивать соблюдение требований охраны; –разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; –собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; –планировать работу по выполнению плана продаж; –анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; –анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; –анализировать возможности увеличения объемов продаж; –планировать и контролировать поступление денежных средств; –обеспечивать наличие демонстрационной продукции; –применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; –планировать рабочее время для выполнения плана продаж; –планировать объемы собственных продаж; –оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; –разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; –разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; –анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров; –анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники; –анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов; –вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; –вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов; –анализировать и систематизировать данные по состоянию складских	

остатков; –обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; –анализировать оборачиваемость складских остатков; –составлять отчетную документацию по продажам; –разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; –инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; –инициативно вести диалог с клиентом; –резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; –определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; –разрабатывать рекомендации для клиента; –собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; –анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; –проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; –вести деловую переписку с клиентами и партнерами; –использовать программные продукты. **Знать** –методики выявления потребностей клиентов; –методики выявления потребностей; –технику продаж; –методики проведения презентаций; –потребительские свойства товаров; –требования и стандарты производителя; –принципы и порядок ведения претензионной работы; –ассортимент товаров; –стандарты организации; –стандарты менеджмента качества; –гарантийную политику организации; –специализированные программные продукты; –методики позиционирования продукции организации на рынке; –методы сегментирования рынка; –методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции; –инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; –Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; –Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; –Основы организации послепродажного обслуживания.	

5. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

5.1 Наличие соответствующих условий реализации профессионального модуля

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления профессиональный модуль реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей). Обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит учебный процесс, другие условия, без которых невозможно или затруднено обучение по профессиональному модулю.

5.2 Обеспечение соблюдения общих требований

При реализации профессионального модуля на основании письменного заявления обучающегося обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение занятий для студентов-инвалидов и из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего(их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

5.3 Доведение информации до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме

Все локальные нормативные акты ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ» или головного вуза по вопросам реализации профессионального модуля по данной программе доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

5.4 Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; продолжительность экзамена и (или) зачета, проводимого в письменной форме, увеличивается не менее чем на 0,5 часа; продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене и (или) зачете / дифференцированном зачете, проводимых в устной форме, – не менее чем на 0,5 часа; продолжительность ответа обучающегося при устном ответе увеличивается не более чем на 0,5 часа.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ.

Профессиональный модуль реализуется в рамках компетентностной модели обучения.

Компетентностная модель обучения относится к моделям активным, так как преподаватель и обучающийся выступают равными субъектами учебного процесса, имеют свои задачи и ответственность, но объединены единой образовательной целью.

Используемые в рамках реализации данной модели образовательные технологии предполагают применение активных и интерактивных форм проведения занятий.

Задачами активных и интерактивных форм проведения занятий являются:

- активизация познавательной и мыслительной деятельности студентов;
- усвоение студентами учебного материала в качестве активных участников;
- развитие навыков рефлексии, анализа и критического мышления;
- усиление мотивации к изучению профессионального модуля и обучению в целом;
- создание благоприятной атмосферы на занятии;
- развитие коммуникативных компетенций у студентов;
- развитие навыков владения современными техническими средствами и технологиями обработки информации;
- формирование и развитие способности самостоятельно находить информацию и определять уровень ее достоверности;
- использование электронных форм, обеспечивающих четкое управление учебным процессом, повышение объективности оценки результатов обучения студентов;
- приближение учебного процесса к условиям будущей профессиональной деятельности.

Таким образом, активное и интерактивное обучение позволяет решать одновременно несколько задач, главной из которых является развитие коммуникативных умений и навыков. Данное обучение помогает установлению эмоциональных контактов между учащимися, обеспечивает воспитательную задачу, поскольку приучает работать в команде, прислушиваться к мнению своих товарищей, обеспечивает высокую мотивацию, прочность знаний, творчество и фантазию, коммуникабельность, активную жизненную позицию, ценность индивидуальности, свободу самовыражения, акцент на деятельность, взаимоуважение и демократичность. Использование активных и интерактивных форм в процессе обучения, как показывает практика, снимает нервную нагрузку обучающихся, дает возможность менять формы их деятельности, переключать внимание на узловые вопросы темы занятий.

При проведении занятий планируется использовать такие активные и интерактивные формы, как интерактивные лекционные и практические занятия с применением ИКТ, аудио- и видеоматериалов; чтение интерактивных и проблемных лекций; проведение групповых дискуссий, деловых и ролевых игр; применение метода проектов; кейс-технологии; дидактические игры и др.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Тематический план и содержание ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» для заочной формы обучения

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 часов
1	**2**	**3**
ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		**12/14/152**
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		12/14/152
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	**Содержание** **1.** Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. **2.** Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. **3.** Пути формирования клиентской базы **4.** Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). **5.** Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	2
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	2
	Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	
	Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	
	Самостоятельная работа	20
Тема 1.2. Организация и осуществление	**Содержание** **1.** Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий **2.**Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-	2

преддоговорной и предпродажной работы	вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like» **3.** Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров. **4.** Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. **5**.Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине **6.** Мерчандайзинг. понятие, правила и программы **7.** Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров. **8.** Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2
	Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2
	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.	2
	Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	
	Самостоятельная работа	*20*
Тема 1.3. Организация и	**Содержание** **1.** Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	2

осуществление продажи потребительских товаров	**2**.Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах **3**. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок **4.** Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	
	Практическое занятие 28-30Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	
	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	
	Самостоятельная работа	20
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	**Содержание** 1.Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина **2.** Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	2
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2
	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий	2
	Самостоятельная работа	20
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	**Содержание** **1.** Позиционирование продукции организации на рынке **2.** Методы сегментирования рынка. Портрет клиента. 3.Методы стимулирования продаж	2
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	
	Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	
	Самостоятельная работа	20
Тема 1.6. Организация контроля продаж.	**Содержание** **1.** Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	2

Оценка эффективности продаж	**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)	
	Самостоятельная работа	20
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	**Содержание** **1.** Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	
	Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	
	Самостоятельная работа	20
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	**Содержание** **1.** Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	
	Практическое занятие 66-68. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	
	Практическое занятие 69-71. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	
	Практическое занятие 72-76. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	
	Самостоятельная работа	12
	Максимальная учебная нагрузка (всего)	330
	Обязательная учебная нагрузка с преподавателем (всего), в том числе:	178
	лекционные занятия	12
	практические занятия	14
	Самостоятельная работа обучающегося (всего), включая	152
	консультации	8
	Производственная практика	144
Формы промежуточной аттестации: Экзамен по МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами; Зачет с оценкой по производственной практике по осуществлению продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами; Экзамен по модулю: Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		