

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ
И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ»**

программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.08 Торговое дело

Форма обучения: очная

2026 г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Минпросвещения России от 19.07.2023г. N 548

Разработана:

Э.А. Береговенко, преподаватель КСД ВВГУ;

Рассмотрено на заседании ЦМК специальности Торговое дело
Протокол № 9 от «05» мая 2026г.

Председатель ЦМК _____  _____ Э.А. Береговенко

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	3
1.1. <i>Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы</i>	3
1.2. <i>Планируемые результаты освоения профессионального модуля</i>	3
1.3. <i>Обоснование часов вариативной части ОПОП-П.....</i>	13
2. Структура и содержание профессионального модуля	13
2.1. <i>Трудоемкость освоения модуля</i>	13
2.2. <i>Структура профессионального модуля</i>	14
2.3. <i>Содержание профессионального модуля</i>	15
3. Условия реализации профессионального модуля.....	23
3.1. <i>Материально-техническое обеспечение</i>	23
3.2. <i>Учебно-методическое обеспечение</i>	23
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	24

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

код и наименование модуля

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности ««ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы 38.02.08.Торговое дело по направленности Товароведение.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (ОК1-2, 4-5,9; ПК 3.1-3.8).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен¹:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах;	-

¹ Берутся сведения, указанные по данному виду деятельности в п. 4.2.

	реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	номенклатуру информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств	
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности	

ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста правила оформления документов и построения устных сообщений	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	
ПК 3.1 Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием	работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;	специализированные программные продукты; методики выявления потребностей клиентов.	сбора, формирования, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; поиска и выявления

цифровых и информационных технологий	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.		потенциальных клиентов; формирования и актуализации клиентской базы; проведения мониторинга деятельности конкурентов
ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;	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	методики выявления потребностей; техники продаж; методик проведения презентаций; потребительских свойств товаров; требований и стандартов производителя	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

	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		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.
--	--	--	---

ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	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	принципов и порядка ведения претензионной работы; ассортимента товаров; стандартов организации; стандартов менеджмента качества; гарантийной политики организации	сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; мониторинг и контроль выполнения условий договоров
---	---	--	--

	достоверную информацию; корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; обеспечивать баланс интересов клиента и организации; обеспечивать соблюдение требований охраны		
ПК 3.4 Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;	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	специализированные программные продукты	анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; выполнения запланированных показателей по объему продаж

	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		
ПК 3.5 Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	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	методики позиционирования продукции организации на рынке; методы сегментирования рынка; методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции	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;

	клиентов; вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов		
ПК 3.6 Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; анализировать оборачиваемость складских остатков.	инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов	контроля состояния товарных запасов
ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	составлять отчетную документацию по продажам.	приказов, положений, инструкций, нормативной документации по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания.	анализа выполнения плана продаж.
ПК 3.8 Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; инициативно вести диалог с клиентом;	основ организации послепродажного обслуживания.	информационно-справочного консультирования клиентов; контроля степени удовлетворенности и клиентов качеством обслуживания;

	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		обеспечения соблюдения стандартов организации
--	---	--	--

1.3. Обоснование часов вариативной части ОПОП-П

№ № п/п	Дополнительные профессиональные компетенции	Дополнительные знания, умения, навыки	№, наименование темы	Объем часов	Обоснование включения в рабочую программу
1	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	Раздел 1	156	для углубления, расширения знаний при организации и технологии продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами
2	ПМ 03	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	Производственная практика	36	для отработки умений при осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практической подготовки
Учебные занятия ²	112	-
Курсовая работа (проект)	-	-
Самостоятельная работа	23	-
Практика, в т.ч.:	72	72
учебная	-	-
производственная	72	72
Промежуточная аттестация, в том числе: МДК 03.01 ДЗ ПП. 03. ДЗ ПМ. 03 Экзамен	6	
Всего	213	72

² Учебные занятия на усмотрение образовательной организации могут быть разделены на теоретические занятия, лабораторные и практические занятия

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Теоретические занятия	Практические занятия	Курсовая работа (проект)	Самостоятельная работа ³	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
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	135	-	112	56	56	-	23		
	Учебная практика	-	-						-	
	Производственная практика	72	72							72
	Промежуточная аттестация	6								
	Всего:	213	72	112	56	56	-	23	-	108

³ Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч ⁴	Код ПК, ОК
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		135	
МДК.03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		135	
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание		
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.		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.
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.		
	3. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).		
	4. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России		
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 1. Формирование и актуализация клиентской базы,		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6;

⁴ Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно.

		составление отчетной документации		ПК 3.7, ПК 3.8
				ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
		Самостоятельная работа обучающихся	3	
Тема 1.2.		Содержание		
Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	и	1. 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.		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	и	2. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
		3. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий		
		4. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы		
		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. 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. Применение интернет вещей при организации точки продаж.		
		7. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.		
		8. 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»		
		В том числе практических занятий	12	
		Практическое занятие 2. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6;

			ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 3. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 4. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 5. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание	6	
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	2. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	3. Методики подготовки и проведения презентаций потребительских товаров		
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие 6. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи		
	Практическое занятие 7. Работа с возражениями клиента в процессе продажи товаров		
Тема 1.4.	Содержание		
Обеспечение	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура,		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3;

эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров и соблюдения стандартов организации	требования.		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.
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы		
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 8. Оказание содействия клиентам в процессе продажи		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 9. Урегулирование спорных вопросов, претензий		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Самостоятельная работа обучающихся	6	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание		
	1. Позиционирование продукции организации на рынке		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.
	2. Методы сегментирования рынка		
	В том числе практических занятий	14	
	Практическое занятие 10-11. Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 12. Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8

	Практическое занятие 13-14. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 15. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Самостоятельная работа обучающихся	5	
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание		
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов.		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.
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 16. Составление отчетной документации по продажам		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 17. ABCXYZ-анализ текущей базы		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
Тема 1.7. Контроль состояния товарных запасов	Содержание		
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль		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.
	В том числе практических и лабораторных занятий	4	
	Практическое занятие 18. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание		
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов		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.
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 19. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 20. Установление контактов с клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг		ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
Промежуточная аттестация Дифференцированный зачет		2	
Производственная практика Виды работ 1. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 2. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. 3. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности		72	

управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. 4. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 5. Оформление витрин и выставок. 6. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. 7. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. 8. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 9. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 10. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. 11. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 12. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. 13. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов. 14. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания		
Промежуточная аттестация Экзамен	6	
Всего	213	

3. Условия реализации профессионального модуля

3.1. Материально-техническое обеспечение

Лаборатория Автоматизации и цифровизации торговой деятельности, оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

Учебный магазин, оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

Оснащенные базы практики (мастерские/зоны по видам работ), оснащенная(ые) в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>
3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2
2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5
3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широценской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

1. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоённости компетенций)	Формы контроля и методы оценки ⁵
ПК 3.1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	– Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений; – Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; – Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ. 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.
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;	– Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; – Информировывает клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; – Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости;	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.

⁵ Примеры оформления формы контроля: контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и дипломных проектов (работ), экзамены. Примеры оформления методов оценки: интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.

	– 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.	Экспертная оценка создания и представления презентаций. Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках. Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике. Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе. Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального
ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	– Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагает план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;	– Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж.	
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	
ПК 3.7. Организовывать	– Проводит анализ	

продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.	экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно- информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно- информационного сопровождения клиента.	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	– Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий	

	(самостоятельно или с помощью наставника).	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	– Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; – Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	– Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	– Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной	– Понимает общий смысл	

документацией на государственном и иностранном языках	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.	
--	---	--