

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе
_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.03

Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)

Учебный план: № 24-02/2/7

Код, наименование
специальности: 38.02.08 Торговое дело

Квалификация выпускника: Специалист торгового дела

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: Заочная

План учебного процесса

Наименование части профессионального модуля	Форма контроля	Академических часов							курс
		Трудоёмкость модуля	Аудиторной нагрузки	Лекции, уроки	Практические занятия	Консультации	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	
МДК.03.01 Методы продаж потребительских товаров	Контр работа	62	12	12			50		1
МДК.03.02 Координация работы с клиентами	Контр работа	62	12	12			50		1
МДК.03.03 Электронная коммерция	Контр работа	40	10	10			30		1
ПП.03.01 Производственная практика, Практика по работе с клиентами	Диф зачет	108					108		1
ПМ.03.ЭК Экзамен по модулю		12						12	1
Итого		284	34	34			238	12	

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа профессионального модуля составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности (**38.02.08 Торговое дело**)
утверждённым приказом Министерства просвещения России от **19.07.2023 N 548**

Составитель(и): Инапшба К.Д., Трофимова Л.В.
(Ф.И.О., подпись)

Председатель
цикловой комиссии: Трофимова Л.В.
(Ф.И.О., подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа,
реализующего
образовательную
программу: Корабельникова М. А.
(Ф.И.О., подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью профессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 38.02.08 Торговое дело

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)» и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции: ОК01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09, ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.

1.2.1 Перечень общих компетенций

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

1.2.2 Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 3.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

1.2.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Знать	<ul style="list-style-type: none">• методики выявления потребностей клиентов;• технику продаж;• методики проведения презентаций;• потребительские свойства товаров;• требования и стандарты производителя;
-------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> • работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; • вести и актуализировать базу данных клиентов; • формировать отчетную документацию по клиентской базе; • анализировать деятельность конкурентов; • определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; • планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; • вести реестр реквизитов клиентов; • использовать программные продукты; • планировать объемы собственных продаж; • устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; • использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; • формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; • планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; • использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; • предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; • опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; • работать с возражениями клиента; • применять техники по закрытию сделки; • суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; • фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; • обеспечивать конфиденциальность полученной информации; • анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий; • оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; • подготавливать документацию для формирования заказа; • осуществлять мероприятия по размещению заказа; • следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; • принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; • осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; • оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; • осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;

	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> • сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; • поиска и выявления потенциальных клиентов; • формирования и актуализации клиентской базы; • проведения мониторинга деятельности конкурентов; • определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;

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

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных/ общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объём профессионального модуля, час									
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем, час.						Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Экзамен по модулю	
			Обучение по МДК			Практики						
			Всего	В том числе			Учебная	Производственная				
Лекции	Практические занятия	консультации										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
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. Методы продаж потребительских товаров	62	12	12							50	
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 2. Координация работы с клиентами	62	12	12							50	
ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	Раздел 3. Электронная коммерция	40	10	10							30	
ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	Производственная практика	108						108			108	
	Экзамен по модулю	12										12
	Всего:	284	34	34				108			238	12

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Методы продаж потребительских товаров		62
МДК.03.01 Методы продаж потребительских товаров		8
Тема 1.1. Сущность и организация продаж	Содержание Сущность и методы процесса управления продажами. Виды продаж. Этапы и воронка продаж: сущность и различия. Особенности ведения продаж в сегменте B2G. Сущность процессов организации государственных и муниципальных закупок.	2
	Самостоятельная учебная деятельность Анализ этапов личных продаж Выполнение домашней контрольной работы	6
	Содержание Планирование и прогнозирование продаж. Анализ эффективности продаж.	2
Тема 1.2. Планирование и оценка эффективности продаж	Содержание Планирование и прогнозирование продаж. Анализ эффективности продаж.	2
	Самостоятельная учебная деятельность Составление плана продаж. Анализ показателей эффективности продаж. Стандарты менеджмента качества Выполнение домашней контрольной работы	10
	Содержание Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. Организация и правила проведения переговоров. Правила подготовки и проведения презентаций. Алгоритмы работы с возражениями. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию.	20
Тема 1.3 Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. Организация и правила проведения переговоров. Правила подготовки и проведения презентаций. Алгоритмы работы с возражениями. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию.	1
	Самостоятельная учебная деятельность Анализ и применение техник продаж потребительских товаров. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей. Работа с возражениями в процессе продажи товаров. Гарантийная политика организации. Урегулирование спорных вопросов, претензий. Выполнение домашней контрольной работы	18
	Содержание Методы стимулирование сбыта. Основные направления промо-мероприятий. Виды и правила использования POS-материалов.	20
Тема 1.4. Разработка и использование программ стимулирования покупательского спроса	Содержание Методы стимулирование сбыта. Основные направления промо-мероприятий. Виды и правила использования POS-материалов.	2
	Коммерческий мерчандайзинг: основные понятия и правила. Методика построения планограмм. Правила оформления ценников.	2
	Самостоятельная учебная деятельность Анализ и разработка программы стимулирования сбыта Анализ выкладки товаров и POS-материалов в торговой точке. Визуальный мерчандайзинг: Выполнение домашней контрольной работы	16
Всего самостоятельной учебной деятельности		50
Промежуточная аттестация – контрольная работа		2
ВСЕГО в семестре		62

Раздел 2. Координация работы с клиентами		62
МДК.03.02 Координация работы с клиентами		
Тема 2.1. Формирование клиентской базы	Содержание	10
	Клиентоориентированность: сущность, и основные принципы клиентоориентированности компании. Потребительская лояльность.	2
	Пути формирования клиентской базы. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-система).	
	Самостоятельная учебная деятельность Изучение и оценка программы лояльности Выполнение домашней контрольной работы	8
Тема 2.2. Определение подходов к выявлению потребностей клиентов	Содержание	14
	Выявление потребностей клиента. Классификация потребностей клиентов. Портрет клиента. Психологические типы клиентов.	2
	Самостоятельная учебная деятельность Формирование портрета клиента Анализ психологических типов клиентов и разработка стратегий взаимодействия с ними Методы сегментирования рынка Выполнение домашней контрольной работы	12
Тема 2.3. Установление контакта с клиентом с учетом использования основных правил в деловых коммуникациях	Содержание	22
	Роль невербальных средств в коммуникации, их классификация. Проблема интерпретации невербальных средств в деловом общении. Вербальные средства делового общения. Коммуникативные барьеры в деловом общении, причины и условия возникновения. Приемы устранения коммуникативных барьеров. Стили и виды слушания в деловых коммуникациях. Приемы активного слушания в деловом общении.	2
	Правила и приемы делового общения по телефону. Скрипт продаж: этапы составления и правила использования.	2
	Самостоятельная учебная деятельность Анализ видов коммуникаций в деловом общении Клиентский сервис Совершенствование навыков деловой коммуникации Создание и реализация скриптов продаж Выполнение домашней контрольной работы	18
Тема 2.4. Взаимодействие с клиентом с учетом правил ведения деловой переписки	Содержание	14
	Внутренняя и внешняя переписка: характеристика, особенности текста. Основные требования к оформлению делового письма. Подготовка и направление коммерческих предложений.	2
	Самостоятельная учебная деятельность Правила и особенности деловой переписки. Составление деловых писем Формирование коммерческих предложений Правовое регулирование конфиденциальной информации Выполнение домашней контрольной работы	12
Всего самостоятельной учебной деятельности		50
Промежуточная аттестация – контрольная работа		2
ВСЕГО в семестре		62
Раздел 3. Электронная коммерция		40
МДК.03.03 Электронная коммерция		40
Тема 3.1. Цифровая экономика: основы управление	Содержание	8
	Цифровые технологии в экономике и бизнесе Электронный бизнес, электронная и мобильная коммерция	2

электронным бизнесом и электронной коммерцией	Самостоятельная учебная деятельность Классификация предприятий электронной коммерции Выполнение домашней контрольной работы	6
Тема 3.2. Категории электронной коммерции	Содержание	8
	Категории ведения электронной коммерции Определения и типы ведения электронных торговых площадок	2
	Самостоятельная учебная деятельность Изучение предприятия электронной коммерции Выполнение домашней контрольной работы	6
Тема 3.3. Платежные системы	Содержание	6
	Электронные платежные системы	2
	Самостоятельная учебная деятельность Платежные системы электронной коммерции. Создание партнерского магазина для электронной коммерции. Выполнение домашней контрольной работы	4
Тема 3.4. Интернет-маркетинг	Содержание	11
	Интернет -маркетинг	1
	Самостоятельная учебная деятельность Изучение инструментов для исследования посетителей сайта. Изучение сервисов по созданию интернет-магазинов Методы продвижения сайтов в интернете Создание интернет магазина. Выполнение домашней контрольной работы	10
Тема 3.4. Мобильная коммерция	Содержание	5
	Мобильная коммерция	1
	Самостоятельная учебная деятельность Электронный обмен данными Безопасность электронной коммерции Выполнение домашней контрольной работы	4
Всего самостоятельной учебной деятельности		30
Промежуточная аттестация – контрольная работа		2
ВСЕГО в семестре		40
ПП.03.01 Производственная практика, Практика по работе с клиентами		108
Виды работ		
1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов		
2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.		
3. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов		
4. Разработка Уникального торгового предложения		
5. Подготовка презентации товара		
6. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки		
7. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности		
8. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия.		
9. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности		
10. Ведение деловой переписки с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;		
11. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых		

технологий. 12. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции 13. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 14. Урегулирование спорных вопросов, претензий. 15. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 16. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 17. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания. 18. Дифференцированный зачет	
Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю	12
Всего по модулю	284

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет «Менеджмента», оснащенный оборудованием:
 стол и стул преподавателя,
 столы и стулья ученические (по кол-ву студентов в группе),
 техническими средствами обучения:
 компьютер с лицензионным программным обеспечением Microsoft Windows10 Pro;
 Office Standard 2016;
 Мультимедийный проектор; экран.

Оснащенные базы практики АО «БГД»

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1 Печатные издания

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : непосредственный

3.2.2 Электронные ресурсы:

а) основная учебная литература

1. 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>
 2. Макаренко Е. В. Электронная коммерция: учебное пособие / Е.В. Макаренко. - Москва : ЕАОИ, 2024. - 136 с. - ISBN 978-5-374-00374-1. - URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/395034/reading> - Текст: электронный.

б) дополнительная учебная литература

1. Смирнова, И. Ю. Управление продажами: методическое пособие (курс лекций) / И. Ю. Смирнова. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. — 186 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86421.html>
 2. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-118-2, 978-5-4488-1518-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121367.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
 3. Рябкова, Д. С. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров : учебник для СПО / Д. С. Рябкова, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 226 с. — ISBN

978-5-4488-1053-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131419.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

в) учебно-методическая литература

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

2.2.3 Дополнительные источники:

1. 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
2. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широенской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1 Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений; – Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; – Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом. 	<p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов</p>
ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;	<ul style="list-style-type: none"> – 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; – Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей; – Применяет приемы работы с возражениями клиента; 	<p>Экспертная оценка личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий,</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – Выбирает и обосновывает методы завершения сделки; – Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту. 	сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	<ul style="list-style-type: none"> – Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагает план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. 	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.
ПК 3.4 Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;	<ul style="list-style-type: none"> – Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж. 	
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	<ul style="list-style-type: none"> – 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	<ul style="list-style-type: none"> – Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов 	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:
ПК 3.7 Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов	<ul style="list-style-type: none"> – Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов. 	– на занятиях - при выполнении работ на различных этапах производственной практики;
ПК 3.8 Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	<ul style="list-style-type: none"> – Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. 	– при проведении экзамена по профессиональному модулю
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<ul style="list-style-type: none"> – 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 	

	<p>смежных сферах;</p> <ul style="list-style-type: none"> – Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 	
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ. 	
<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. 	
<p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – Кратко обосновывает и объясняет свои действия; – Пишет простые связанные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. 	