***Приложение 1.3***

***к ПОП по специальности***

***38.02.08 Торговое дело***

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

**2024 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
 | **3** |
| 1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
 | **9** |
| 1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
 | **15** |
| 1. **КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
 | **16** |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ (ПО ВЫБОРУ)**

* 1. **Цель и планируемые 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:

**1.1.1. 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. |

**1.1.2. Перечень профессиональных компетенций**

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| ВД 3н.1. | 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 использование 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 |

**1.1.3. 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. |

**1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов 336,

в том числе в форме практической подготовки 282 часа.

Из них на освоение МДК – 202,

в том числе самостоятельная работа – 14 часов,

практики, в том числе учебная 72 часа,

 производственная 72 часа.

Промежуточная аттестация -.12 часов.

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. |
| Обучение по МДК | Практики |
| Всего | В том числе | Промежуточная аттестация |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа | Учебная | Производственная |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. | Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | **222** | 138 | 216 | 138 | - | 14 | 6 |  |  |
|  | Учебная практика | **72** |  |  |  |  | 72 |  |
|  | Производственная практика (по профилю специальности), часов  | **72** |  |  |  |  | 72 |
|  | Промежуточная аттестация | **6** |  |  |  |  |  | 6 |  |  |
|  | Всего: | **372** | 138 | **216** | 138 | - | 14 | **12** | **72** | **72** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | **Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч** |
| **1** | **2** | **3** |
| **Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** | **222 = 64т+138п/з+14с/р+6э** |
| **МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** | **222/ 138** |
| **Тема 1.1.** **Формирование клиентской базы**  | **Содержание**  | 22/14 |
| 1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. | 8 |
| 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, СMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). |
| 5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России |
| **В том числе практических занятий**  | 14 |
| *Практическое занятие 1-4.* Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации | 8 |
| *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. | 4 |
| **Тема 1.2.****Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы** | **Содержание**  | 44/32 |
| 1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий | 12 |
| 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»   |
| 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. |
| **В том числе практических занятий** | 32 |
| *Практическое занятие* *10-11.* Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. | 4 |
| *Практическое занятие 12-13.* Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. | 4 |
| *Практическое занятие 14-15.* Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж | 4 |
| *Практическое занятие 16-17.* Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. | 4 |
| *Практическое занятие 18-19.* Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.  | 4 |
| *Практическое занятие 20-21.* Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.  | 4 |
| *Практическое занятие 22-23.* Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. | 4 |
| *Практическое занятие 24-25.* Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов | 4 |
| **Тема 1.3.** **Организация и осуществление продажи потребительских товаров** | **Содержание**  | 22/16 |
| 1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. | 6 |
| 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 |
| **В том числе практических занятий**  | 16 |
| *Практическое занятие 26-27.* Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи | 4 |
| *Практическое занятие 28-30*.Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей | 6 |
| *Практическое занятие 31-33.* Работа с возражениями в процессе продажи товаров | 6 |
| **Тема 1.4.** **Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации** | **Содержание** | 22/16 |
| 1.Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина | 6 |
| 2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию |
| **В том числе практических занятий** | 16 |
| Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации | 4 |
| *Практическое занятие* 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия  | 4 |
| *Практическое занятие* 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи | 4 |
| *Практическое занятие* *40-41*. Урегулирование спорных вопросов, претензий | 4 |
| **Тема 1.5.** **Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса** | **Содержание** | 28/18 |
| 1. Позиционирование продукции организации на рынке | 10 |
| 2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.  |
| 3.Методы стимулирования продаж  |
| **В том числе практических занятий** | 18 |
| *Практическое занятие* 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж | 6 |
| *Практическое занятие 46-49.* Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж | 6 |
| *Практическое занятие 50-52.* Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж | 6 |
| **Тема 1.6.** **Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж** | **Содержание** | 24/18 |
| 1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах | 6 |
| **В том числе практических занятий** | 18 |
| Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам | 6 |
| Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.  | 6 |
| 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) | 6 |
| **Тема 1.7.** **Анализ и контроль состояния товарных запасов** | **Содержание** | 12/6 |
| 1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль | 6 |
| **В том числе практических занятий** | 6 |
| *Практическое занятие 63-65.* Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости  | 6 |
| **Тема 1.8.****Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов** | **Содержание** | 28/18 |
| 1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов | 10 |
| **В том числе практических занятий** | 18 |
| *Практическое занятие 66-68.* Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.  | 6 |
| *Практическое занятие 69-71.* Разработка плана послепродажного обслуживания клиента  | 6 |
| *Практическое занятие 72-76.* Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия» | 6 |
| **Учебная практика**Виды работРабота с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентовАнализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источниковУстановление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатовРазработка Уникального торгового предложенияПодготовка презентации товара,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.Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности. | **72** |
| **Производственная практика** Виды работНаполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия.Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированностиПроведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукцииМониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.Урегулирование спорных вопросов, претензий.Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктовРазработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.  | **72** |
| **Экзамен по модулю** | **6** |
| **Всего** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинеты «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы
для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

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

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы 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. | 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.Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.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 экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| 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. |
| ОК 01 | - 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 | - 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 | - 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 | - грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами;- демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. |
| ОК 09 | - понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;- участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;- строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; -кратко обосновывает и объясняет свои действия; - пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. |