

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 *Торговое дело*.

Квалификация выпускника – специалист торгового дела.

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* и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции.

Перечень общих компетенций элементы, которых формируются в рамках ПМ:

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

Перечень профессиональных компетенций элементы, которых формируются в рамках ПМ:

<i>Код</i>	<i>Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций</i>
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

В результате освоения профессионального модуля студент должен:

иметь практический опыт в:	<i>осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами</i>
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;

- 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;

	<ul style="list-style-type: none"> – собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; – проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; – вести деловую переписку с клиентами и партнерами; – использовать программные продукты.
знать:	<ul style="list-style-type: none"> – методики выявления потребностей клиентов; – методики выявления потребностей; – технику продаж; – методики проведения презентаций; – 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

Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов **384** час.

Из них на освоение МДК.03.01 – **228** часов

на практики, в том числе учебную - **36** часов

производственную – **108** часов

экзамен по модулю – **12** часов.

СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Структура профессионального модуля ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ заочной формы обучения

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.											
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем								Самостоятельная работа	Домашние контрольные работы	Промежуточная аттестация	
			Обучение по МДК							Консультации				
			Всего	В том числе										
				Лекции	практических занятий	Лабораторных занятий	Курсовых работ (проектов)	Учебная практика	Производственная практика (по профилю специальности)					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		13	
ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 – ПК 3.8	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	228	40	16	24	-	-	-	-	-	-	182	+	6
ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 – ПК 3.8	УП.01.01 Учебная практика	36	36	-	-	-	-	36	-	-	-	-	-	-
ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 – ПК 3.8	ПП.01.01 Производственная практика	108	108	-	-	-	-	-	108	-	-	-	-	-
ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 ПК 3.1 – ПК 3.8	ПМ.03. Эк Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
ВСЕГО		384	184	16	24	-	-	36	108	-	182	+	18	

Объём междисциплинарного курса МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами заочной формы обучения

Вид учебной работы	Объём часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	40
<i>Самостоятельная работа</i>	<i>182</i>
Объём образовательной программы	228
<i>В том числе в форме практической подготовки:</i>	24
<i>в том числе:</i>	
теоретическое обучение (<i>лекции, уроки</i>)	16
лабораторные занятия	-
практические занятия	24
контрольные работы	+
курсовой проект (работа)	-
Консультации	-
Промежуточная аттестация проводится: другая форма контроля в 5 семестре, в форме экзамена в 6 семестре	6

Основные разделы профессионального модуля

Тема 1.1 Формирование клиентской базы

Тема 1.2 Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы

Тема 1.3 Организация и осуществление продажи потребительских товаров

Тема 1.4 Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации

Тема 1.5 Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса

Тема 1.6 Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж

Тема 1.7 Анализ и контроль состояния товарных запасов

Тема 1.8 Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов