

## 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>
<b>ОК 01</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<b>ОК 02</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 04</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
<b>ОК 09</b>	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>
<b>ПК 3.1</b>	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
<b>ПК 3.2</b>	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров
<b>ПК 3.3</b>	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
<b>ПК 3.4</b>	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж
<b>ПК 3.5</b>	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
<b>ПК 3.6</b>	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
<b>ПК 3.7</b>	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
<b>ПК 3.8</b>	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

В результате освоения профессионального модуля студент должен:

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

- 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"> <li>– собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> <li>– анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;</li> <li>– проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;</li> <li>– вести деловую переписку с клиентами и партнерами;</li> <li>– использовать программные продукты.</li> </ul>
<b>знать:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– методики выявления потребностей клиентов;</li> <li>– методики выявления потребностей;</li> <li>– технику продаж;</li> <li>– методики проведения презентаций;</li> <li>– потребительские свойства товаров;</li> <li>– требования и стандарты производителя;</li> <li>– принципы и порядок ведения претензионной работы;</li> <li>– ассортимент товаров;</li> <li>– стандарты организации;</li> <li>– стандарты менеджмента качества;</li> <li>– гарантийную политику организации;</li> <li>– специализированные программные продукты;</li> <li>– методики позиционирования продукции организации на рынке;</li> <li>– методы сегментирования рынка;</li> <li>– методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;</li> <li>– инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;</li> <li>– Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;</li> <li>– Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;</li> <li>– Основы организации послепродажного обслуживания</li> </ul>

### **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
<b>ВСЕГО</b>		<b>384</b>	<b>184</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>108</b>	<b>-</b>	<b>182</b>	<b>+</b>	<b>18</b>

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

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

**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