

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

### ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

**Место производственной практики в структуре основной программы подготовки специалистов среднего звена**

Рабочая программа производственной практики является частью рабочей программы **ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

#### **Цель и планируемые результаты производственной практики**

**Цель производственной практики** – формирование заданных компетенций, обеспечивающих освоение основного вида профессиональной деятельности *осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами* путем выполнения трудовых функций или отдельных видов работ при прохождении производственной практики.

**Задачами** производственной практики являются:

- выполнение этапов работ, определенных индивидуальным заданием на практику, календарным планом, формой представления отчетных материалов, обеспечивающих достижение планируемых результатов обучения;
- оформление отчета, содержащего материалы этапов работы, раскрывающих уровень освоения заданного перечня компетенций;
- подготовка и проведение защиты полученных результатов.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен овладеть основным видом деятельности *осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами* согласно ФГОС СПО и соответствующими ему общими и профессиональными компетенциями.

Перечень общих компетенций элементы, которых формируются в рамках производственной практики:

<b>Код</b>	<b>Наименование общих компетенций</b>
<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 производственной практики:

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

С целью овладения указанным видом основной деятельности обучающийся в ходе производственной практики должен:

<b>иметь практический опыт:</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> </ul>

- 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;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;</li> <li>– разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;</li> <li>– разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;</li> <li>– анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;</li> <li>– анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;</li> <li>– анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;</li> <li>– вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;</li> <li>– вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;</li> <li>– анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;</li> <li>– обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;</li> <li>– анализировать оборачиваемость складских остатков;</li> <li>– составлять отчетную документацию по продажам;</li> <li>– разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;</li> <li>– инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;</li> <li>– инициативно вести диалог с клиентом;</li> <li>– резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;</li> <li>– определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</li> <li>– разрабатывать рекомендации для клиента;</li> <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>
<p><b>знать:</b></p>	<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</li> </ul>

	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
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Сроки проведения производственной практики определяются учебным планом и календарным учебным графиком.

Продолжительность производственной практики: 108 часов (3 недели).

Обучающиеся при прохождении производственной практики (по профилю специальности) осуществляют самостоятельную практическую деятельность в соответствии с рабочей программой производственной практики (по профилю специальности) под руководством руководителей практики от ЛФ ПНИПУ и руководителей практики от профильной организации.

Проведение производственной практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Базой для проведения производственной практики являются организации, осуществляющие деятельность по профилю соответствующей образовательной программы (далее профильная организация), в том числе в структурном подразделении профильной организации, предназначенном для проведения практики, на основании договора, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить производственную практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Обучающиеся проходят производственную практику в соответствии с календарным планом проведения производственной практики.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья производственная практика организуется с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Рабочая программа производственной практики предназначена для обучающихся заочной формы обучения.