

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ
ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ 03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ** 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 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:

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.
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 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.
--	---

Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля для очной формы обучения

Всего часов **410** часов

Из них на освоение МДК.03.01 – **118** часов;

МДК.03.02 – **136** часов;

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

и производственную **108** часа

Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля для заочной формы обучения

Всего часов **410** часов

Из них на освоение МДК.03.01 – **118** часов;

МДК.03.02 – **136** часов;

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

и производственную **108** часа

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 для очной формы обучения

Коды профессиональных и общих компетенций, личностных результатов	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.										Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем								Консультации			
			Обучение по МДК											
			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		
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.	МДК 03.01 Осуществление продаж потребительских товаров	118	110	50	60	-	-	-	-	-	8	-		
	МДК 03.02 Организация и координация работы с клиентами	136	120	34	60	-	20	-	-	6	10	6		
	УП 03.01 Учебная практика	36	36	-	-		-	36	-	-	-	-		
	ПП 03.01 Производственная практика	108	108		-		-	-	108	-	-	-		
	ПМ 03. ЭК	12	-	-	-	-	-			-	-	12		

	Экзамен по модулю											
	ВСЕГО	410	230	84	120	-	20	36	108	6	18	18

2.2 Объём МДК 03.01 Осуществление продаж потребительских товаров

Вид учебной работы	Объём часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	110
<i>Самостоятельная работа</i>	8
Объём образовательной программы	118
<i>В том числе в форме практической подготовки:</i>	60
<i>в том числе:</i>	
теоретическое обучение (лекции, уроки)	50
лабораторные занятия	-
практические занятия	60
Курсовой проект (работа)	-
контрольная работа	-
Консультации	-
Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета в 4 семестре, в другой форме в 3 семестре	-

Объём МДК 03.02 Организация и координация работы с клиентами

Вид учебной работы	Объём часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	126
<i>Самостоятельная работа</i>	10
Объём образовательной программы	136
<i>В том числе в форме практической подготовки:</i>	60
<i>в том числе:</i>	
теоретическое обучение (лекции, уроки)	34
лабораторные занятия	-
практические занятия	60
Курсовой проект (работа)	20
контрольная работа	-
Консультации	6
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена в 4 семестре в другой форме в 3 семестре	6

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 для заочной формы обучения

Коды профессиональных и общих компетенций, личностных результатов	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час.									
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем								Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация
			Обучение по МДК									
			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
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.	МДК 03.01 Осуществление продаж потребительских товаров	118	28	14	14	-	-	-	-	-	90	-
	МДК 03.02 Организация и координация работы с клиентами	136	44	12	12	-	20	-	-	-	86	6
	УП 03.01 Учебная практика	36	36	-	-		-	36	-	-	-	-
	ПП 03.01 Производственная практика	108	108		-		-	-	108	-	-	-
	ПМ 03. ЭК	12	-	-	-	-	-			-	-	12

	Экзамен по модулю											
	ВСЕГО	410	72	26	26	-	20	36	108	-	176	18

2.2 Объем МДК 03.01 Осуществление продаж потребительских товаров

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	28
<i>Самостоятельная работа</i>	90
Объем образовательной программы	118
<i>В том числе в форме практической подготовки:</i>	14
<i>в том числе:</i>	
теоретическое обучение (лекции, уроки)	14
лабораторные занятия	-
практические занятия	14
Курсовой проект (работа)	-
контрольная работа	+
Консультации	-
Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета в 6 семестре	-

Объем МДК 03.02 Организация и координация работы с клиентами

Вид учебной работы	Объем часов
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	50
<i>Самостоятельная работа</i>	86
Объем образовательной программы	136
<i>В том числе в форме практической подготовки:</i>	12
<i>в том числе:</i>	
теоретическое обучение (лекции, уроки)	12
лабораторные занятия	-
практические занятия	12
Курсовой проект (работа)	20
контрольная работа	-
Консультации	6
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена в 6 семестре	6

Основные разделы профессионального модуля

МДК 03.01 Осуществление продаж потребительских товаров

Раздел 1. Осуществление продаж потребительских товаров

Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы

Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров

Тема 1.4. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж

Тема 1.5. Анализ и контроль состояния товарных запасов

Тема 1.6 Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса

МДК 03.02 Организация и координация работы с клиентами

Раздел 2. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

Тема 2.1. Формирование клиентской базы

Тема 2.2 Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации

Тема 2.3 Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов