

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ОмГПУ»)
Университетский колледж

УТВЕРЖДАЮ



Директор
Университетского колледжа

_____ М.А. Саньков

«20» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
по профессиональному модулю ПМ.04 Осуществление продаж потребительских товаров и
координация работы с клиентами
МДК.04.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
МДК.04.02 Продавец недовольственных товаров
УП 04.01 Учебная практика
ПП 04.01 Производственная практика
ПМ.04.ЭК Квалификационный экзамен

для специальности
38.02.08 Торговое дело
форма обучения – очная

Рабочая программа составлена на основании ФГОС СПО 2023 г.
и рассмотрена на заседании П(Ц)К
«02» мая 2024 г. Протокол № 14-10/09
Председатель П(Ц)К

_____ ПМ

наименование П(Ц)К

_____ Кабиева Анна Александровна

ФИО председателя

2024 г.

Рабочая учебная программа по профессиональному модулю **ПМ.04 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.08 Торговое дело (Приказ Министерства просвещения России от 19.07.2023 г № 548).

Организация-разработчик:
Университетский колледж ОмГПУ.

Разработчик:
Осипенко О.И. , ст. методист Университетского колледжа ОмГПУ.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 04 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ (ПО ВЫБОРУ)

1.1. 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 (по выбору)» 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 2	Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров
ПК 2.2	Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров;
ПК 2.3	Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения
ПК 2.5	Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий
Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 4	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
ПК 4.1	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 4.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 4.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов

ПК 4.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 4.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 4.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 4.7	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 4.8	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	<ul style="list-style-type: none"> – 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	<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;

	<ul style="list-style-type: none"> – 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
--	---

	<p>мероприятий по реализации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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	<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;

	<ul style="list-style-type: none"> – 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 315,

в том числе в форме практической подготовки 160 часа.

Из них на освоение МДК – 230,

в том числе самостоятельная работа - 4

практики, в том числе учебная 36 часов,

производственная 36 часов.

Промежуточная аттестация- МДК 04.01- контрольная работа (5 сем), экзамен (6 сем) -7 ч

МДК 04.02 – дифференцированный зачет – 2 ч

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 04

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных х общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической.	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе					
					Лабораторных . и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельна я работа	Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 2.5; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3; ПК 4.4; ПК 4.5; ПК 4.6; ПК 4.7, ПК 4.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	227	152	216	152	-	4	7	36	36
ПК 2.2; ПК 2.3; ПК 2.5; ПК 4.1; ПК 4.2; ПК 4.3; ПК 4.4; ПК 4.5; ПК 4.6; ПК 4.7, ПК 4.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	Раздел 2 Продавец непродовольственных товаров	16	8	14	8	-	-	2	-	-
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика (по профилю специальности),	36	36							36

	часов									
	Промежуточная аттестация									
	Всего:	313	160	230	160	-	4	9	36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ 4

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы 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		227/152
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		216/ 152
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	8/18
	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, CMR, 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	18
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	8
	Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	6
	Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	4
Тема 1.2. Организация	Содержание	12/32
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	12

осуществление преддоговорной предпродажной работы	и	2.Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-downplanning), планирование «снизу-вверх» (bottom-upplanning), планирование «цели вниз — план вверх» (goalsdown-plansupplanning). 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 продаж потребительских товаров	Содержание	6/16
	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
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Содержание	6/16
	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	10/22
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	10
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3. Методы стимулирования продаж	
	В том числе практических занятий	22
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	8
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	8
	Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	6
Тема 1.6. Организация контроля	Содержание	6/20
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения	6

продаж. Оценка эффективности продаж	товарооборота. Формирование отчетов о продажах	
	В том числе практических занятий	20
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам	6
	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	8
	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	6/6
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	6
	В том числе практических и лабораторных 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	10/22
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	10
	В том числе практических занятий	22
	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		36
Программа практики в отдельном документе		
Производственная практика		36
Программа практики в отдельном документе		
Итого аудиторная нагрузка: всего		216
Лекции		64
ПР		152
Самостоятельная работа		4
Промежуточный контроль: контрольная работа – 2 ч (5 сем), экзамен- 7 ч (6 сем)		7
Итого по МДК 04.01		
Всего		227
МДК 03.02 Продавец непродовольственных товаров		
Наименование разделов и тем профессионального модуля	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме

(ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)		практической подготовки, акад ч
1	2	3
Тема 1.1. Общие вопросы товароведения непродовольственных товаров	<p>Общая классификация непродовольственных товаров: классификационные признаки, положенные в основу деления; классификационные группировки и объекты. Основные классы, подклассы и группы непродовольственных товаров. Факторы, формирующие качество непродовольственных товаров: сырье.материалы. полуфабрикаты, комплектующие изделия, конструкция, технология производства. Особенности потребительских свойств, показателей качества, надежности, эргономических, эстетических, безопасности. Оценка качества, градации качества непродовольственных товаров.</p> <p>Основные виды сырья и материалов, идущих на изготовление товаров, и способы их распознавания. Правила торговли.</p>	2
Тема 1.2. Подготовка товара к продаже	<p>Получение товаров со склада, распаковка транспортной тары, предварительная подготовка к продаже. Определение страны изготовителя по штриховому коду и маркировке. Выявление количества и ассортимента товаров, требуемых для пополнения рабочего места на текущий день. Отбор товаров для подачи в торговый зал. Техника упаковки товаров. Вскрытие тары, очистка от упаковки, осмотр вида изделий, очистка, перематывание, сборка, комплектование и т. д. Оформление неприлавочных и внутримагазинных витрин. Оформление ценников на товары. Подготовка рабочего места продавца. Подготовка упаковочного материала, торгового инвентаря к началу работы магазина. Соблюдение техники безопасности.</p>	2
	<p>Практическое занятие 1. «Оформление витрины, ценников. Подготовка рабочего места продавца. Упаковка товара».</p>	4
Тема 1.3. Обслуживание покупателей	<p>Ознакомление с правилами торговли. Должностная инструкция продавца непродовольственных товаров. Изучение методов обслуживания покупателей. Приемы общения с покупателями. Освоение навыка продажи товаров методом самообслуживания. Овладение навыками общения с покупателями. Встреча покупателей, выявление спроса. Овладение навыками консультирования покупателей о потребительских свойствах товаров и цене товара. Обслуживание покупателей. Оказание помощи в выборе товаров. Консультирование покупателей о товароведных характеристиках и цене товара. Оказание помощи в выборе товаров. Отработка</p>	2

	техники упаковки товара, вручение покупки покупателям, изучение порядка обмена купленного товара, возврата денег покупателям. Продажа товаров в кредит.	
	Практическое занятие 2 «Деловая игра. Общение с покупателями» .	4
Итоговый контроль: дифференцированный зачет		2
Итого аудиторная нагрузка: всего		14
Лекции		6
ПР		8
Промежуточный контроль: дифференцированный зачет		2
Итого по МДК 04.02		16
Всего по ПМ 04		313

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.

Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов, эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол аудиторный	
2	Стол преподавателя	
3	Стол компьютерный	
4	Стул офисный	
5	Кресло оператора без подлокотников	
Дополнительное оборудование		
1	Доска магнитно-меловая	
II Технические средства		
Основное оборудование		
1	Автоматизированное рабочее место преподавателя	
2	Проектор настольный короткофокусный	
3	Автоматизированное рабочее место обучающегося по количеству учащихся	
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы	
2	Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы	
Дополнительное оборудование		
1	Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы	
2	Тренировочные комплексы	

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

Мастерская «Учебный магазин»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
I Специализированная мебель и системы хранения		
Основное оборудование		
1	Стол компьютерный	
2	Стул	
II Технические средства		

Основное оборудование		
1	Автоматизированное рабочее место преподавателя	
2	Автоматизированное рабочее место обучающегося	
3	Проектор	
4	Экран для проектора	
Дополнительное оборудование		
1	Интерактивная доска	
2	Штатив напольный	
3	Веб-камера	
4	Микрофон	
5	Колонки	
III Демонстрационные учебно-наглядные пособия		
Основное оборудование		
1	Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
2	Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы	из расчета на 25 чел.
3	Витрины	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
4	Контрольно-кассовые машины, контрольно-кассовая техника и (или) их виртуальные аналоги	Кассовый аппарат Пионер-114Ф (3G) без ФН , или аналог из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Весоизмерительное оборудование	Весы электронные из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз, весы товарные 1ед
5	Терминалы сбора данных (ТСД) (специализированное устройство со встроенным сканером штрих-кодов).	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Сканер с возможностью считывания акцизных марок для работы в ЕГАИС.	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Компьютер с монитором;	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Принтер (для печати ценников)	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Онлайн-касса	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Программируемая клавиатура кассира;	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Денежный ящик;	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Терминал безналичной оплаты;	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Дисплей покупателя (при необходимости);	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Весы с печатью этикеток (при необходимости)	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Детектор купюр	из расчета на каждую группу курса

		(потока, параллели) - по 1 экз
	Муляжи товаров	
	Пристенные и островные горки	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Стеллажи	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз
	Рекламно-выставочный инвентарь (манекены, держатели для одежды, подставки и т.д)	
Дополнительное оборудование		
1	Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
2	Тренировочные комплексы	по профилю дисциплины.
	Информационный стенд	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
	Системы защиты товаров (деактиваторы и магнитные съёмники)	
	Измельчительно-режущее оборудование (слайсер)	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
	Макет холодильного оборудования (на усмотрение образовательной организации)	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
	Промо-стойка	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
	Онлайн-эквайринг	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
	Этикет-пистолет	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
	Ценникодержатели	
	POS-материалы	из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.
	Инвентарь для отбора товаров покупателями	Тележки, корзины из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.

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

6.1.2.5. Оснащение баз практик

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

Производственная практика реализуется в организациях торгового профиля, обеспечивающих получение обучающимися практического опыта в профессиональной области 08 Финансы и экономика; 33 Сервис, оказание услуг населению.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

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

МДК 04.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

1. Гончарова, А. В. Технологии продаж : учебное пособие / А. В. Гончарова, И. Е. Отвагина. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2021. — 140 с. — ISBN 978-5-7014-1030-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126991.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/126991>
2. Памбухчиянц О.В. Организация и технология розничной торговли [Электронный ресурс]: учебник/ Памбухчиянц О.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2021.— 148 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/107811.html>.— ЭБС «IPRbooks»

МДК 04.02 Продавец непродовольственных товаров

1. Левкин, Г. Г. Товароведение непродовольственных товаров: бытовые электротехнические товары и товары культурно-бытового назначения : учебное пособие для СПО / Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 148 с. — ISBN 978-5-4488-1534-8, 978-5-4497-1729-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122334.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/122334>
2. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров : учебное пособие для СПО / Д. В. Закамов, А. Р. Луц, Д. А. Майдан, Е. А. Морозова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 378 с. — ISBN 978-5-4488-1264-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106864.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/106864>
3. Рябкова, Д. С. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров : учебник для СПО / Д. С. Рябкова, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 226 с. — ISBN 978-5-4488-1053-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131419.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложений по продаже товаров; – Информировать 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. 	<p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>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.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, 	<p>олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания</p>

	претензий клиентов.	и представления презентаций.
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж. 	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки. 	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ПК 3.6	– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	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.
ПК 3.7	<ul style="list-style-type: none"> – Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов. 	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.
ПК 3.8	<ul style="list-style-type: none"> – Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. 	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – 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). 	<ul style="list-style-type: none"> – 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.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает 	

	<p>практическую значимость результатов поиска;</p> <p>– Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	
ОК 04	<p>– Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</p> <p>– В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.</p>	
ОК 05	<p>– Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами;</p> <p>– Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.</p>	
ОК 09	<p>– Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</p> <p>– Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</p> <p>– Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</p> <p>– Кратко обосновывает и объясняет свои действия;</p> <p>– Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	

