

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 непродовольственных 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, пояснить 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
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> 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 обрачиваемость складских остатков; – анализировать обрачиваемость 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 общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической практики	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК				Практики		
				Всего	Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Учебная	Производственная	
<i>I</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
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		216/ 152
Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	<p>Содержание</p> <p>1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.</p> <p>2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.</p> <p>3. Пути формирования клиентской базы</p> <p>4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).</p> <p>5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России</p> <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации</p> <p>Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.</p> <p>Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.</p>	<p>8/18</p> <p>8</p> <p>18</p> <p>8</p> <p>6</p> <p>4</p>
Тема 1.2. Организация	<p>Содержание</p> <p>1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий</p>	12/32
		12

осуществление преддоговорной работы и предпродажной работы	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 продажи потребительских товаров	Содержание	6/16
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	6
	2. Технологии продаж потребительских товаров в различных 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
	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	6
	Содержание	6/16
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	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
	Содержание	10/22
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	10
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	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.</p> <p>Основные классы, подклассы и группы непродовольственных товаров. Факторы, формирующие качество непродовольственных товаров: сырье.материалы. полуфабрикаты, комплектующие изделия, конструкция, технология производства.</p> <p>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 распознания. 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.</p> <p>Подготовка рабочего места продавца. Подготовка упаковочного материала, торгового инвентаря к началу работы магазина. Соблюдение техники безопасности.</p>	2
	Практическое занятие 1. «Оформление витрины, ценников. Подготовка рабочего места продавца. Упаковка товара».	4
Тема 1.3. Обслуживание покупателей	<p>Ознакомление с правилами торговли. Должностная инструкция продавца непродовольственных товаров. Изучение методов обслуживания покупателей.</p> <p>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</p> <p>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. 6.1.2.1примерной 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	Проекторнастольный 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. 6.1.2.4примерной 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 съемники)	
	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; – Информирует 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 олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</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, 	Экспертная оценка создания

	претензий клиентов.	
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж. 	и представления презентаций.
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 соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов 	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
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> <ul style="list-style-type: none"> – Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	
OK 04	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ. 	
OK 05	<ul style="list-style-type: none"> – Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами; – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. 	
OK 09	<ul style="list-style-type: none"> – Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – Кратко обосновывает и объясняет свои действия; – Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. 	

