

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ
И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ (ПО ВЫБОРУ)**

2024 г.

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
ПМн.03 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 3 н.1.	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

<p>Владеть навыками</p>	<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.
<p>Уметь</p>	<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; - 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;

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

	<ul style="list-style-type: none"> - 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; - 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 378,

в том числе в форме практической подготовки 240 часа.

Из них на освоение МДК – 192,

в том числе самостоятельная работа -,

практики, в том числе учебная 72 часов,

производственная 108 часов.
Промежуточная аттестация -6.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе				Учебная	Производственная
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	10	11					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
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.	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	192	60	192	60	20	X			X
	Учебная практика	72	72						72	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108	108							108
	Промежуточная аттестация	6								
	Всего:	378	240	192	60	20	X	0	72	108

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

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		112/60/20
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		110/ 60/20
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	28/8
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	2
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности.	2
	3. Методы удержания клиентов.	2
	4. Суть и задачи клиентской базы	2
	5. Пути и этапы формирования клиентской базы	2
	6. Форматы ведения клиентской базы. Рынок информационных систем управления клиентской базой.	2
	7. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ).	2
	8. Способы расширения клиентской базы	2
	9. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов	2
	10. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	2
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	2
	Практическое занятие 2. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	2
	Практическое занятие 3. Изучение программы лояльности торговой организации.	2
	Практическое занятие 4. Разработка предложений по совершенствованию программы	2

		лояльности на основе принципов клиентоориентированности (по ПЗ 3).	
Тема 1.2. Организация осуществление преддоговорной предпродажной работы	и и	Содержание	50/16
		1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	2
		2. Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning)	2
		3. Методы планирования продаж: планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning)	2
		4. Методы планирования продаж: планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning).	2
		5. Анализ «like to like»	2
		6. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч.	2
		7. Подготовка и направление коммерческих предложений.	2
		8. Организация и правила проведения переговоров.	2
		9. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах.	2
		10. Технические особенности холодных звонков.	2
		11. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	2
		12. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	2
		13. Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров.	2
		14. Специальная выкладка, ее виды.	2
		15. Рекомендации по выкладке отдельных видов товаров.	2
		16. Методика построения планограммы.	2
		17. Правила оформления ценников.	2
		В том числе практических занятий	16
		Практическое занятие 5. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2
Практическое занятие 6. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2		
Практическое занятие 7. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2		
Практическое занятие 8. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2		
Практическое занятие 9. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2		

	Практическое занятие 10. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	2
	Практическое занятие 11. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2
	Практическое занятие 12. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2
Тема 1.3. Организация и осуществление продаж и потребительских товаров	Содержание	16/6
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению	2
	2. Техники продаж: характеристика этапов продаж.	2
	3. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	2
	4. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	2
	5. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	2
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие 13. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2
	Практическое занятие 14. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	2
	Практическое занятие 15. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	2
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Содержание	22/8
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования.	2
	2. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	2
	3. Принципы и порядок ведения претензионной работы.	2
	4. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	2
	5. Критерии стандартов обслуживания клиентов	2
	6. Как разработать и внедрить стандарты обслуживания	2
	7. Четыре показателя эффективности внедрения стандартов обслуживания	2
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие 16. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2
	Практическое занятие 17. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2
	Практическое занятие 18. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2
Практическое занятие 19. Урегулирование спорных вопросов, претензий	2	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения	Содержание	14/6
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	2
	2. Методы сегментирования рынка.	2
	3. Портрет клиента.	2

выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	4.Методы стимулирования продаж	2
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие 20. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	2
	Практическое занятие 21. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	2
	Практическое занятие 22. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	18/8
	1. Внутренний и внешний контроль продаж.	2
	2. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота.	2
	3. Формирование отчетов о продажах	2
	4. Точки контроля качества продаж. Инструменты контроля качества продаж	2
	5. Виды анализа продаж	2
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие 23. Составление отчетной документации по продажам	2
	Практическое занятие 24. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	2
	Практическое занятие 25. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV)	2
	Практическое занятие 26. Формирование отчета о работе с текущей базой (показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	2
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния запасов	Содержание	8/2
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	2
	2. Варианты использования ABC-анализа наиболее эффективны применительно к товарным запасам	2
	3. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости	2
	В том числе практических и лабораторных занятий	2
	Практическое занятие 27. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание	14/6
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	2
	2. Организация послепродажного обслуживания	2
	3. Стратегия послепродажного обслуживания покупателей	2
	4. Прием, оформление и информационное сопровождение заказов	2
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие 28. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	2
	Практическое занятие 29. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	2
Практическое занятие 30. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	2	

<p>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовой работе</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования 5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы 6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы 7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. 8. Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований 9. Требования к содержанию и подготовка презентации курсовой работы <p>Защита курсовой работы</p>	<p>20</p>
<p>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</p>	<p>2</p>
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов 2. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников 3. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 4. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов 5. Разработка Уникального торгового предложения 6. Подготовка презентации товара, 7. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности 	<p>72</p>
<p>Производственная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. 2. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 3. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе 	<p>108</p>

<p>принципов клиентоориентированности</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов 5. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. 6. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции 7. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 8. Урегулирование спорных вопросов, претензий. 9. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 10. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 11. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов 12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания. 	
Экзамен по модулю	6
Всего	378

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.

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

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

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

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>

2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2

2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5

3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широценской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

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 предложения 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, претензий клиентов. 	<p>олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> - Планирует объемы собственных продаж; - Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; - Анализирует выполнения плана продаж. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных</p>

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. 	<p>сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> - Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов 	<p>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.</p>
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. 	<p>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.</p>
ПК 3.8	<ul style="list-style-type: none"> - Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; - Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <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 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). 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <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 практическую значимость результатов поиска; - Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <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 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. 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; - Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. 	
ОК 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. 	