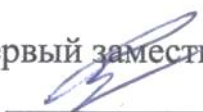


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ЧИТИНСКИЙ ИНСТИТУТ  
КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ:  
Первый заместитель директора  
  
Н.В. Раевский  
«25» июня 2024 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

### **ПМ.04 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

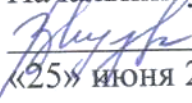
Специальность  
38.02.08 Торговое дело

Чита, 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело.

Согласовано:

Начальник учебной части колледжа

 В.С. Кузнецова

«25» июня 2024 г.

Принята на заседании методической комиссии

Протокол № 10 от «25» июня 2024 г.

Председатель методической комиссии:

 Т.В. Порядина

Разработчик:

А.М. Банина, преподаватель Колледжа ЧИ ФГБОУ ВО «БГУ»

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1</b>	<b>ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>8</b>
<b>3</b>	<b>УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>13</b>
<b>4</b>	<b>КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>15</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 04 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

## 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 координацию работы с клиентами» 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 3н.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:

Владеть навыками	сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; поиска и выявления потенциальных клиентов; формирования и актуализации клиентской базы; проведения мониторинга деятельности конкурентов;
------------------	--

	<p>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>
<p>Уметь</p>	<p>работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;  вести и актуализировать базу данных клиентов;  формировать отчетную документацию по клиентской базе;  анализировать деятельность конкурентов;  определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;  планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;  вести реестр реквизитов клиентов;  использовать программные продукты;  планировать объемы собственных продаж;  устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;  использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;  формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;  планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;  использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;  предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;  опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;  работать с возражениями клиента;  применять техники по закрытию сделки;  суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;  фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;  обеспечивать конфиденциальность полученной информации;</p>

анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;

оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;

подготавливать документацию для формирования заказа;

осуществлять мероприятия по размещению заказа;

следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;

принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;

осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;

оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;

осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;

организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;

соблюдать конфиденциальность информации;

предоставлять клиенту достоверную информацию;

корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;

соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;

обеспечивать баланс интересов клиента и организации;

обеспечивать соблюдение требований охраны;

разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;

собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;

планировать работу по выполнению плана продаж;

анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;

анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;

анализировать возможности увеличения объемов продаж;

планировать и контролировать поступление денежных средств;

обеспечивать наличие демонстрационной продукции;

применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;

планировать рабочее время для выполнения плана продаж;

планировать объемы собственных продаж;

оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;

разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;

разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;

анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;

анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;

анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;

вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;

вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;

анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;

обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;

анализировать оборачиваемость складских остатков;

составлять отчетную документацию по продажам;

разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;

инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;

инициативно вести диалог с клиентом;

резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;

определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;

разрабатывать рекомендации для клиента;

	<p>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.</p>
Знать	<p>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.</p>

## 1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 301,

в том числе в форме практической подготовки - 40

Из них на освоение МДК – 109

в том числе самостоятельная работа -20,

практики, в том числе учебная – 180,

производственная -,

Промежуточная аттестация - 12.

## 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 практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.					
				Обучение по МДК					Практики
				Всего	В том числе				
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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	<b>109</b>	<b>40</b>	<b>89</b>	<b>40</b>	<b>X</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	
	Учебная практика	<b>36</b>	36						36
	Промежуточная аттестация	<b>12</b>							
		<b>157</b>	<b>76</b>	<b>89</b>	<b>40</b>	<b>X</b>	<b>20</b>	<b>12</b>	<b>36</b>



## 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
<b>МДК 04.01</b>		<b>109</b>
<b>Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</b>		
<b>Тема 1.1. Формирование клиентской базы</b>	<b>Содержание</b>	<b>16/4</b>
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	12
	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, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ). Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	
	<b>В том числе практических занятий</b>	4
	Практическое занятие 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	2
Практическое занятие 2. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	2	
<b>Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы</b>	<b>Содержание</b>	<b>24/12</b>
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	12
	2. Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»	
3. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.		

	4.Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	
	5. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	
	6. 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. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>12</b>
	Практическое занятие 3. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2
	Практическое занятие 4. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2
	Практическое занятие 5. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2
	Практическое занятие 6. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2
	Практическое занятие 7. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2
	Практическое занятие 8. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2
<b>Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров</b>	<b>Содержание</b>	<b>14/6</b>
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	8
	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	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6</b>
	Практическое занятие 9-10. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	4
	Практическое занятие 11. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	2

<b>Тема 1.4.</b> <b>Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации</b>	Содержание	<b>12/8</b>
	1.Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	4
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	
	<b>В том числе практических занятий</b>	8
	Практическое занятие 12 . Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2
	Практическое занятие 13. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2
	Практическое занятие 14. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2
<b>Тема 1.5.</b> <b>Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса</b>	Содержание	<b>14/6</b>
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	8
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3.Методы стимулирования продаж	
	<b>В том числе практических занятий</b>	6
	Практическое занятие 16. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	2
	Практическое занятие 17. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	2
Практическое занятие 18. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2	
<b>Тема 1.6.</b> <b>Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж</b>	Содержание	<b>4/2</b>
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	2
	<b>В том числе практических занятий</b>	2
Практическое занятие 19. Составление отчетной документации по продажам	2	
<b>Тема 1.7.</b> <b>Анализ и контроль состояния товарных запасов</b>	Содержание	<b>4</b>
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	4
<b>Тема 1.8.</b> <b>Организация послепродажного обслуживания, консультационно-</b>	Содержание	<b>5/2</b>
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	3

<b>информационное сопровождение клиентов</b>	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2</b>
	Практическое занятие 20. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	<b>2</b>
<b>Учебная практика</b> Виды работ: 1. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 2. Оформление витрин и выставок. 3. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. 4. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. 5. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов. 6. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания		<b>36</b>
<b>Примерная тематика самостоятельной работы:</b>		<b>20</b>
<b>Экзамен по модулю</b>		<b>12</b>
<b>Всего</b>		<b>157</b>

### **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. 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>

2. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж: практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87620.html>

3. Розова, Н. К. Основы маркетинга: учебное пособие / Н. К. Розова. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2021. — 136 с. — ISBN 978-5-7422-7417-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116137.html>

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

1. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: основы организации деятельности розничного торгового предприятия / Н. Г. Пахомова. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 63 с. — ISBN 978-5-00175-039-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/109725.html>

2. Панова, А. К. Планирование и эффективная организация продаж: практическое пособие / А. К. Панова. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-394-04209-6. — Текст: электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL:  
<https://www.iprbookshop.ru/102276.html>

3. Юрасова, Ю. В. Обучение торгового персонала — курс тренингов эффективных продаж / Ю. В. Юрасова. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-394-03638-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL:  
<https://www.iprbookshop.ru/87618.html>

#### 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"> <li>• 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;</li> <li>• Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных;</li> <li>• Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.</li> </ul>	<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> <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>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разрабатывает алгоритм установления контактов;</li> <li>• Формирует коммерческие предложения по продаже товаров;</li> <li>• Информировать клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме;</li> <li>• Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости;</li> <li>• Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей;</li> <li>• Применяет приемы работы с возражениями клиента;</li> <li>• Выбирает и обосновывает методы завершения сделки;</li> <li>• Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> <li>• Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту;</li> <li>• Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Планирует объемы собственных продаж;</li> </ul>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж;</li> <li>• Анализирует выполнения плана продаж.</li> </ul>	<p>профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах производственной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</li> </ul>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</li> <li>• Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.</li> </ul>	
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов</li> </ul>	
ПК 3.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных;</li> <li>• Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.</li> </ul>	
ПК 3.8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания;</li> <li>• Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.</li> </ul>	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>• Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</li> <li>• Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>• Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>• Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>• Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</li> </ul>	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</li> <li>• Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> </ul>	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>• В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.</li> </ul>	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами;</li> <li>• Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.</li> </ul>	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>• Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>• Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>• Кратко обосновывает и объясняет свои действия;</li> <li>• Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</li> </ul>	

