

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
Уральский экономический колледж

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров
и координация работы с клиентами
для обучающихся по очной и заочной формам обучения
по специальности 38.02.08 Торговое дело

Екатеринбург, 2024 г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена кафедрой

Протокол заседания № 1 от «30» августа 2024 г.

УТВЕРЖДЕНА решением педагогического совета АНПОО Уральский экономический колледж

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Министерства просвещения РФ от 19.07.2023 № 548 и учебных планов АНПОО Уральский экономический колледж по специальности 38.02.08 Торговое дело

Организация разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Уральский экономический колледж»

Преподаватель – разработчик рабочей программы:

© АНПОО «Уральский экономический колледж», 2024

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.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

1.1. Цели и планируемые результаты освоения профессионального модуля, соотнесенные с установленными в образовательной программе компетенциями:

1.1.1. В результате освоения профессионального модуля обучающиеся должны овладеть следующими общими и профессиональными компетенциями:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.

ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.

ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.

ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.

ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

ВД. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)

ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.

ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.

ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

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.

1.1.2. В результате освоения профессионального модуля обучающиеся должны достигнуть следующих результатов обучения, соотнесенных с результатами освоения основной образовательной программы (компетенциями):

Наименование результата обучения	Дескрипторы результата обучения	Результаты освоения образовательной программы (компетенции), формирование которых обеспечивается результатом обучения (коды компетенций)
Иметь практический опыт:	<ul style="list-style-type: none"> - формирования клиентской базы и ее актуализации на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий - осуществления эффективного взаимодействия с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров - обеспечения эффективного взаимодействия с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов - реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж - обеспечения реализации мероприятий по стимулированию покупательского спроса 	ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.

	<ul style="list-style-type: none"> - осуществления контроля состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов. - организации продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий - организации послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. 	
<p>Уметь:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы; - 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; - 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, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; - предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; - опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; - работать с возражениями клиента; - обеспечивать конфиденциальность полученной информации; - фиксировать в установленной форме и анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий; - оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; - 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, 	<p>ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>

	<p>претензий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; - соблюдать конфиденциальность информации; - корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; - соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; - обеспечивать баланс интересов клиента и организации; - разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; - собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; - планировать работу по выполнению плана продаж; - анализировать возможности увеличения объемов продаж; - планировать и контролировать поступление денежных средств; - применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; - планировать объемы собственных продаж; - оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; - 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 и разрабатывать мероприятия по их улучшению; - вносить предложения по формированию мотивационных программ и специальных предложений для клиентов и обеспечивать их реализацию; - анализировать и систематизировать данные по состоянию 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; - 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; 	
--	---	--

	- использовать программные продукты для осуществления продаж и координации работы с клиентами.	
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> - методики выявления потребностей клиентов; - технику продаж; - методики проведения презентаций; - потребительские свойства товаров; - требования и стандарты производителя; - принципы и порядок ведения претензионной работы; - стандарты менеджмента качества; - понятие гарантийной политики организации; - 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 РФ в области работы с конфиденциальной информацией; - приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; - основы организации послепродажного обслуживания. 	<p>ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы

2.1.1 Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы (очной форма)

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Общий объем учебной работы (всего), час.	Объем профессионального модуля, час.						Самостоятельная работа обучающегося
			Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем						
			Всего	В том числе			Практики		
				Лекции	Практические занятия	Курсовая работа	Учебная	Производственная	
ОК 1, ОК 5, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.	МДК.03.01 Анализ поведения потребителей	76	50	26	24				26
ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.	МДК.03.02 Выполнение работ по продажам потребительских товаров и координации работы с клиентами	126	84	42	42				42
ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.	МДК.03.03 Психология и практика ведения переговоров	100	66	34	32				34
	<i>Экзамен по модулю</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>					
ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 3.1.	УП.03.01 Учебная практика по модулю	144	96				96		48

- ПК 3.8.	(ознакомительная)								
ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.	ПП.03.01 Производственная практика (проектная)	144	4					4	140
	ВСЕГО	602	312	114	98	-	96	4	290

2.1.2. Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы (заочная форма)

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Общий объем учебной работы (всего), час.	Объем профессионального модуля, час.						Самостоятельная работа обучающегося
			Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Практики	
			Всего	В том числе			Учебная		
				Лекции	Практические занятия	Курсовая работа			
ОК 1, ОК 5, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.	МДК.03.01 Анализ поведения потребителей	76	8	4	4				68
ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.	МДК.03.02 Выполнение работ по продажам потребительских товаров и координации работы с клиентами	126	18	14	4				108
ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.	МДК.03.03 Психология и практика ведения переговоров	100	10	6	4				90
	<i>Экзамен по модулю</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>12</i>					
ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.	УП.03.01 Учебная практика по модулю (ознакомительная)	144	10				10		134
ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.	ПП.03.01 Производственная практика (проектная)	144	4					4	140
	ВСЕГО	602	62	36	12		10	4	540

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
МДК.03.01 Анализ поведения потребителей		
Тема 1. Основы изучения поведения потребителей	Содержание теоретических занятий: Поведение потребителей и его исследование. Что такое поведение потребителей и зачем его изучать. Эволюция поведения потребителей. Фундаментальные принципы поведения потребителей. Маркетинговая стратегия организаций, ориентированных на потребителей.	ОК 1, ОК 5, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.

	<p>Место поведения потребителя при анализе рынка и рыночной стратегии. Стратегии формирования лояльности и удержания клиентов.</p> <p>Содержание практических занятий: Решение практических ситуационных задач по теме Выполнение заданий по поиску, анализу и систематизации информации Работа в малых группах</p>	
Тема 2. Маркетинговые методы исследования поведения потребителя	<p>Содержание теоретических занятий: Роль исследований потребительского поведения в системе регулярного маркетинга. Рассмотрение методов исследования, принципов и теорий социальных, психологических и экономических наук в применении к изучению потребительского поведения. Сравнительный анализ поведенческого, экономического и социологических подходов к изучению потребителей, критическая оценка и направления развития. Количественные и качественные исследования поведения потребителей. Опросы, наблюдение, глубинное интервью, фокус-группа. Психографика как метод измерения стиля жизни.</p>	ОК 1, ОК 5, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	<p>Содержание практических занятий: Презентация докладов / мультимедиа сообщений и т.п. Решение практических ситуаций (кейсов) Выполнение заданий для проектирования и моделирования различных компонентов профессиональной деятельности</p>	
Тема 3. Принятие решения потребителем	<p>Содержание теоретических занятий: Процесс принятия решения потребителем. Модель принятия решения потребителем. Переменные, формирующие процесс принятия решения. Факторы, влияющие на расширение решения проблемы. Предпокупочные процессы. Осознание потребности. Поиск. Оценка вариантов. Покупка. Виды покупок. Розничная торговля и процесс покупки. Детерминанты успеха розничного продавца. Установление контакта с потребителем. Послепокупочные процессы. Потребление. Оценка результатов потребления.</p>	ОК 1, ОК 5, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	<p>Содержание практических занятий: Решение разноуровневых заданий (на основе практической ситуации) Выполнение заданий по поиску, анализу и систематизации информации Работа в малых группах Промежуточное тестирование</p>	
Тема 4. Индивидуальные детерминанты поведения потребителя	<p>Содержание теоретических занятий: Демография, психографика и личность. Мотивация потребителей. Типы потребностей. Мотивационный конфликт. Знания потребителей. Убеждения, чувства, установки и намерения потребителей.</p>	ОК 1, ОК 5, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	<p>Содержание практических занятий: Презентация докладов / мультимедиа сообщений и т.п. Решение практических ситуаций (кейсов) Выполнение заданий по поиску, анализу и систематизации информации Терминологический диктант</p>	
Тема 5. Влияние внешней среды на поведение потребителя	<p>Содержание теоретических занятий: Культура, этническая принадлежность и социальный класс. Влияние семьи и домохозяйства. Жизненный цикл семьи. Влияние группы и влияние личности. Влияние референтной группы. Диффузия инноваций.</p>	ОК 1, ОК 5, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	<p>Содержание практических занятий: Решение практических ситуационных задач по теме Презентация докладов / мультимедиа сообщений и т.п. Выполнение заданий для проектирования и моделирования различных компонентов профессиональной деятельности Работа в малых группах</p>	
Тема 6. Анализ потребительского поведения	<p>Содержание теоретических занятий: Основные параметры анализа потребительской реакции. Маркетинговое понятие реакции потребителя. Иерархическая модель потребительской реакции. Матрица вовлеченности «Фут, Коэн и Белдинг». Анализ познавательной реакции потребителя. Преодоление порога восприятия. Осведомленность о бренде. Типы осведомленности. Анализ динамики запоминания. Анализ эмоциональной реакции потребителя. Понятие установки. Компенсаторные и некомпенсаторные модели установки. Стратегии изменения установки Анализ поведенческой реакции потребителя. Анализ привычных приемов при покупке. Понятие и типы мотивационных конфликтов. Поведение после покупки.</p>	ОК 1, ОК 5, ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	<p>Содержание практических занятий:</p>	

	<p>Решение разноуровневых заданий (на основе практической ситуации) Выполнение заданий по поиску, анализу и систематизации информации Выполнение заданий для проектирования и моделирования различных компонентов профессиональной деятельности Контрольное тестирование</p>	
<p>МДК.03.02 Выполнение работ по продажам потребительских товаров и координации работы с клиентами</p>		
<p>Тема 1. Формирование клиентской базы</p>	<p>Содержание теоретических занятий: Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. Пути формирования клиентской базы Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России</p>	<p>ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>
	<p>Содержание практических занятий: - Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации - Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. - Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.</p>	
<p>Тема 2. Организация и осуществление предоговорной и предпродажной работы</p>	<p>Содержание теоретических занятий: Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий 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» 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. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине Мерчандайзинг. понятие, правила и программы 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.</p>	<p>ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>
	<p>Содержание практических занятий: - Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. - Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. - Формирование портфеля коммерческих предложений в</p>	

	<p>соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж</p> <ul style="list-style-type: none"> - Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. - Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов. - Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов. - Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. - Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов 	
Тема 3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	<p>Содержание теоретических занятий:</p> <p>Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.</p> <p>Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах</p> <p>Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок</p> <p>Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров</p>	<p>ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>
	<p>Содержание практических занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи - Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей - Работа с возражениями в процессе продажи товаров 	
Тема 4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	<p>Содержание теоретических занятий:</p> <p>Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина</p> <p>Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию</p>	<p>ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>
	<p>Содержание практических занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации - Продажа дополнительных услуг торгового предприятия - Оказание содействия клиентам в процессе продажи - Урегулирование спорных вопросов, претензий 	
Тема 5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	<p>Содержание теоретических занятий:</p> <p>Позиционирование продукции организации на рынке</p> <p>Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.</p> <p>Методы стимулирования продаж</p>	<p>ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>
	<p>Содержание практических занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж - Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж - Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж 	
Тема 6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	<p>Содержание теоретических занятий:</p> <p>Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах</p>	<p>ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>
	<p>Содержание практических занятий:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Составление отчетной документации по продажам - ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы. - Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности - NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя - CRR, среднего дохода на покупателя – ARC) 	
Тема 7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	<p>Содержание теоретических занятий:</p> <p>Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль</p>	<p>ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>

	Содержание практических занятий: - Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	
Тема 8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание теоретических занятий: Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	ОК 1, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. - Разработка плана послепродажного обслуживания клиента - Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	
МДК.03.03 Психология и практика ведения переговоров		
Раздел 1. Теория переговоров		
Тема 1. Введение в теорию переговоров	Содержание теоретических занятий: - Зарождение культуры переговоров - Потребность в переговорах - Форматы ведения переговоров	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Составление ассоциативной карты по теме «Переговоры»	
Тема 2. Структура и динамика переговоров.	Содержание теоретических занятий: - Структура переговоров - Динамика переговоров - Циклы переговоров	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Анализ примеров из литературы и кинематографа	
Тема 3. Стратегия и тактические приемы на переговорах	Содержание теоретических занятий: - Долгосрочное планирование в переговорном процессе - Достижение мгновенного результата - Формирование крепких партнерских отношений в ходе переговоров	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Анализ примеров из литературы и кинематографа	
Тема 4. Переговоры в ситуации конфликта.	Содержание теоретических занятий: - Теория конфликта - Перспективы управления конфликтами - Продуктивное разрешение конфликтов	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Упражнение «Переговорные поединки» - Упражнение «Переговоры о синих бананах»	
Тема 5. Опосредованные переговоры	Содержание теоретических занятий: - Арбитраж - Медиация - Посредничество	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Разбор кейсовых задач - Деловая игра «Дебаты»	
Раздел 2. Переговорный процесс		
Тема 6. Подготовка к переговорам	Содержание теоретических занятий: - Структура переговорного процесса - Стадии подготовки к переговорам - Принципы построения аргументации	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Анализ кейсовых задач - Выделение конфликтных ситуаций	
Тема 7. Методы ведения переговоров	Содержание теоретических занятий: - Методы установления контакта - Методы ведения переговоров - Методы заключения, подведения итогов	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.

	Содержание практических занятий: - Анализ примеров из литературы и кинематографа	
Тема 8. Переговоры	Содержание теоретических занятий: - Установление контакта - Ориентация в проблеме - Обсуждение вопроса - Аргументация - Заключение соглашений - Прощание, закрепление результатов	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Упражнение «Переговорные поединки»	
Тема 9. Заключение соглашения и выполнение обязательств	Содержание теоретических занятий: - Цена конфликта - Цена выхода из конфликта - Цена сорванных переговоров - Последствия невыполнения обязательств и возможные санкции	ОК 4, ОК 5, ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.5., ПК 3.8.
	Содержание практических занятий: - Анализ исторических примеров	
Учебная практика (ознакомительная). Виды работ: 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		ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 3.1. - ПК 3.8.
Производственная практика (проектная). Виды работ: 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 принципов клиентоориентированности 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.		ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.

Примерная тематика самостоятельной работы обучающегося:
Подготовка к семинарским / практическим занятиям
Подготовка докладов / рефератов / презентаций / мультимедиа сообщений и т.п.
Решение практических ситуационных задач / разноуровневых заданий (на основе практической ситуации) / практических ситуаций (кейсов)
Выполнение заданий по поиску, анализу и систематизации информации

Подготовка к терминологическому диктанту
 Подготовка к контрольному тестированию
 Формулирование кейсов для рассмотрения различных ситуаций, конфликтов, переговорных процессов

2.3. Распределение объема профессионального модуля по разделам, темам и видам учебной работы

2.3.1. Учебно-тематический план занятий (очная форма обучения)

Раздел, тема дисциплины	Общий объем учебной работы (час.)	Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические занятия	
МДК.03.01 Анализ поведения потребителей	76	26	24	26
Тема 1. Основы изучения поведения потребителей	6	3	1	2
Тема 2. Маркетинговые методы исследования поведения потребителя	12	4	4	4
Тема 3. Принятие решения потребителем	12	4	4	4
Тема 4. Индивидуальные детерминанты поведения потребителя	12	4	4	4
Тема 5. Влияние внешней среды на поведение потребителя	12	4	4	4
Тема 6. Анализ потребительского поведения	18	6	6	6
Дифференцированный зачет	4	1	1	2
МДК.03.02 Выполнение работ по продажам потребительских товаров и координации работы с клиентами	126	42	42	42
Тема 1. Формирование клиентской базы	16	6	4	6
Тема 2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	32	10	12	10
Тема 3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	14	6	4	4
Тема 4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	16	6	6	4
Тема 5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	12	4	4	4
Тема 6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	12	4	4	4
Тема 7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	8	3	2	3
Тема 8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	12	3	4	5
Дифференцированный зачет	4	-	2	2
МДК.03.03 Психология и практика ведения переговоров	100	34	32	34

Раздел 1. Теория переговоров	46	18	11	17
Тема 1. Введение в теорию переговоров	5	2	1	2
Тема 2. Структура и динамика переговоров.	10	4	2	4
Тема 3. Стратегия и тактические приемы на переговорах	10	4	2	4
Тема 4. Переговоры в ситуации конфликта.	12	4	4	4
Тема 5. Опосредованные переговоры	9	4	2	3
Раздел 2. Переговорный процесс	52	16	20	16
Тема 6. Подготовка к переговорам	12	4	4	4
Тема 7. Методы ведения переговоров	14	4	6	4
Тема 8. Переговоры	14	4	6	4
Тема 9. Заключение соглашения и выполнение обязательств	12	4	4	4
Дифференцированный зачет	2	-	1	1
Экзамен по модулю	12	12	x	x
Учебная практика (ознакомительная)	144	-	96	48
Производственная практика (проектная)	144		4	140
ВСЕГО:	602	114	198	290

2.3.2. Учебно-тематический план занятий (заочная форма обучения)

Раздел, тема дисциплины	Общий объем учебной работы (час.)	Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические занятия	
МДК.03.01 Анализ поведения потребителей	76	4	4	68
Тема 1. Основы изучения поведения потребителей	6	1	-	5
Тема 2. Маркетинговые методы исследования поведения потребителя	12	-	-	12
Тема 3. Принятие решения потребителем	12	1	1	10
Тема 4. Индивидуальные детерминанты поведения потребителя	12	-	1	11
Тема 5. Влияние внешней среды на поведение потребителя	12	-	-	12
Тема 6. Анализ потребительского поведения	18	1	1	16
Дифференцированный зачет	4	1	1	2
МДК.03.02 Выполнение работ по продажам потребительских товаров и координации работы с клиентами	126	14	4	108
Тема 1. Формирование клиентской базы	16	2	0,5	13,5
Тема 2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	32	3	0,5	28,5
Тема 3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	14	2	0,5	11,5
Тема 4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	16	2	0,5	13,5

Тема 5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	12	1	0,5	10,5
Тема 6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	12	2	-	10
Тема 7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	8	1	-	7
Тема 8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	12	1	0,5	10,5
Дифференцированный зачет	4	-	1	3
МДК.03.03 Психология и практика ведения переговоров	100	6	4	90
Раздел 1. Теория переговоров	46	2	1	43
Тема 1. Введение в теорию переговоров	5	-	-	5
Тема 2. Структура и динамика переговоров.	10	1	-	9
Тема 3. Стратегия и тактические приемы на переговорах	10	1	1	8
Тема 4. Переговоры в ситуации конфликта.	12	-	-	12
Тема 5. Опосредованные переговоры	9	-	-	9
Раздел 2. Переговорный процесс	52	4	2	46
Тема 6. Подготовка к переговорам	12	1	0,5	10,5
Тема 7. Методы ведения переговоров	14	1	0,5	12,5
Тема 8. Переговоры	14	1	0,5	12,5
Тема 9. Заключение соглашения и выполнение обязательств	12	1	0,5	10,5
Дифференцированный зачет	2	-	1	1
<i>Экзамен по модулю</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>x</i>	<i>x</i>
<i>Учебная практика (ознакомительная)</i>	<i>144</i>	<i>-</i>	<i>10</i>	<i>134</i>
<i>Производственная практика (проектная)</i>	<i>144</i>	<i>-</i>	<i>4</i>	<i>140</i>
ВСЕГО:	602	36	26	540

2.4. Виды, формы и методы контроля планируемых результатов освоения профессионального модуля

Текущий контроль определяет степень качества усвоения изученного учебного материала теоретического и практического характера в ходе обучения. Система текущего контроля успеваемости предусматривает разнообразные по форме и содержанию контрольные мероприятия (контрольные точки), учитывающие все виды аудиторной и самостоятельной учебной деятельности обучающегося.

Основными видами текущего контроля успеваемости студентов являются:

- входной контроль - необходимый для успешного планирования и управления учебным процессом;
- тематический контроль (по материалам и в объеме одной учебной темы);
- рубежный контроль (в объеме разделов или групп тем по дисциплине) обеспечивающий качество изучения студентами учебного материала, управление учебной деятельностью студентов и ее корректировку, а также стимулирование регулярной, целенаправленной работы студентов, активизация их познавательной деятельности;

определение уровня овладения студентами навыками самостоятельной работы, создание условий для их формирования. Рубежный контроль может проводиться несколько раз в семестр, в виде предварительного контроля (перед экзаменом) и / или в форме итогового контроля, направленного на выявление степени овладения студентами системой знаний, умений и навыков (компетенций), полученных в процессе изучения учебной дисциплины. Итоговый контроль осуществляется в конце семестра изучения профессионального модуля.

Основными формами текущего контроля успеваемости студентов являются: устный опрос на лекциях, практических и семинарских занятиях, проверка выполнения письменных домашних заданий, проведение контрольных работ, тестирование (письменное или компьютерное), контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме) и т.д.

Промежуточная аттестация (контроль) обучающихся по профессиональному модулю обеспечивает оценивание результатов учебной деятельности студента за семестр, служащий для определения уровня качества подготовки студентов в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности. Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение профессионального модуля. Промежуточная аттестация реализуется в форме экзамена по модулю / квалификационного экзамена.

Результаты освоения профессионального модуля достигаются за счет использования в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования заданных компетенций у студентов.

2.5. Использование в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования компетенций.

Переход к компетентностному подходу в процессе обучения требует изменения многих составляющих учебного процесса: содержания, способов контроля и методов обучения. Одним из наиболее важных направлений изменения методов обучения при переходе к компетентностному подходу является использование в учебном процессе активных и интерактивных методов и технологий обучения.

Включение в учебный процесс активных и интерактивных методов обучения активизирует познавательную активность студентов, усиливает их интерес и мотивацию, развивает способность к самостоятельному обучению и обеспечивает более полное усвоение информации (если при лекционной подаче материала усваивается не более 20%, информации, то в деловой игре – до 90%).

Активное и интерактивное обучение предполагает обучение, погруженное в общение, которое сохраняет конечную цель и основное содержание предмета, но видоизменяет формы и приемы ведения занятия. К научно-методическим основам, на которых базируется активное и интерактивное обучение относятся обучение через опыт и сотрудничество, учет различий в стилях познания, использование поисковых, исследовательских и игровых методов.

Интерактивное обучение как особая форма организации познавательной деятельности обеспечивает вовлеченность всех студентов в образовательный процесс, создает условия для обмена, взаимного обогащения знаниями, идеями, способами

деятельности, способствует установлению эмоциональных контактов между студентами, приучает работать в команде, снимает нервную нагрузку, помогает испытать чувство защищенности, взаимопонимания и собственной успешности.

К методам активного и интерактивного обучения относятся:

Игровые технологии: деловая игра, сюжетно - ролевая игра, имитационные игры, игровые занятия на моделях (искусственная образовательная среда, компьютерные деловые игры), стажировка (с выполнением или без выполнения должностной роли), действия по инструкции (алгоритму)

Ситуационный анализ: анализ конкретных ситуаций, решение ситуативных и производственных задач, кейс-технологии (иллюстративные учебные ситуации, кейсы с формированием и без формирования проблемы, прикладные упражнения), разбор инцидентов из практики, basket-метод и т.д.

Эвристические технологии генерирования идей: «мозговой штурм», синектика, ассоциации (метафоры)

Тренинг-методы: социально-психологический тренинг, тренинг делового общения, психотехнические игры

Проблемное обучение: активные (проблемные) лекции и семинары, лекции-дискуссии, перекрестные дискуссии, тематические дискуссии: круглый стол, пресс-конференция / научно-практическая конференция, дебаты

Проектное обучение: разработка творческого индивидуального или группового проекта, исследовательские проекты, информационные проекты, творческие проекты, социально-ориентированные проекты, игровое проектирование

Командное обучение: работа в малых группах, интервью, работа «группы экспертов»

Тестовые технологии обучения (помимо контроля тесты выполняют также диагностическую, обучающую, организующую, развивающую учебные функции): тесты с однозначным выбором ответа, тест с многозначным ответом, тесты на дополнение, тесты перекрестного выбора, МАСТАК-технология (метод активного социологического тестирования, анализа и контроля)

2.6. Задачи, уровни, виды и формы самостоятельной работы и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Согласно требованиям ФГОС СПО и иных нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она способствует более глубокому освоению изучаемой дисциплины, обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных практических задач, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарским и практическим занятиям, сдаче зачетов и экзаменов, обеспечивая тем самым формирование общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Самостоятельная работа студентов является совокупностью аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение образовательной

программы среднего профессионального образования в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования самостоятельная работа обучающихся направлена на решение следующих задач:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время лекционных и практических занятий, формирование на их основе устойчивых стереотипов умственной и физической деятельности;

- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам, междисциплинарным комплексам, профессиональным модулям, практическому обучению;

- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью, навыков самоорганизации;

- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной практической и учебно-исследовательской деятельности

Уровни самостоятельной работы обучающихся:

1. Самостоятельная работа по образцу (низкий уровень самостоятельности) – предполагает непосредственный перенос известного способа решения в аналогичную ситуацию. Работа выполняется на основе алгоритмов, ранее продемонстрированных преподавателем и опробованных студентами при выполнении предыдущих заданий. Воспроизведение алгоритмов способствует формированию умений и навыков, запоминанию способов самостоятельной работы в конкретных ситуациях.

2. Самостоятельная работа – реконструкция (пороговый уровень самостоятельности) предполагает осмысленный перенос знаний и умений в типовые ситуации, учит анализировать события, явления, факты, создает условия для развития мыслительной активности обучающихся, формируют приемы и методы познавательной деятельности.

3. Самостоятельная работа – исследование (продвинутый уровень самостоятельности) - основана на постоянном поиске новых решений, обобщении и систематизации полученных знаний, их переносе в иные нестандартные ситуации и направлена на формирование и развитие творческой деятельности обучающихся.

Структура самостоятельной работы включает три основных этапа: подготовительный (ориентировочный), исполнительный и контрольно-диагностический. В рамках указанных этапов последовательно выполняются следующие учебные действия: анализ учебного задания и сроков его выполнения, поиск способов и средств его выполнения; планирование хода выполнения задания и прогнозирование возможных затруднений; проверка, оценка и самооценка полученных результатов.

Самостоятельная работа

№	Вид	Содержание самостоятельной работы	Примерное
---	-----	-----------------------------------	-----------

п/п	самостоятельной работы		время
1.	Подготовка к лекции (теоретическому занятию)	Самостоятельная работа по подготовке к лекции необходима для повторения изученного ранее материала, поскольку изучение любой дисциплины строится на последовательном освоении разделов и тем, каждая из которых так или иначе связана с предыдущими. Поэтому уровень освоения конкретной дисциплины и формирования соответствующих общих и профессиональных компетенций напрямую связан с тем, насколько студент ориентирован на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине.	20 минут
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию	<p>Самостоятельная работа обучающихся по подготовке к практическому занятию предполагает осмысление цели и задач его проведения, овладение навыками аналитической и научно – исследовательской деятельности.</p> <p>Самостоятельная подготовка к практическому (семинарскому) занятию направлена на:</p> <ul style="list-style-type: none"> - развитие навыков работы с научной и иной литературой; - формирование навыков формулировки задачи / выявления проблемы и умения их анализировать, выделять составные части, определять этапы решения задачи / проблемы; - поиск и анализ дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в отдельных вопросах темы или сформировать целостное представление по проблеме; - выработку умения формулировать задачи поиска информации, определять необходимые источники информации и их актуальность, структурировать получаемую информацию, выделяя наиболее значимую часть, оценивать практическую значимость и оформлять результаты поиска; - формирование и развитие навыков грамотного изложения своих мыслей в устной и письменной форме с использованием современной научной профессиональной терминологии, для подготовки собственного выступления по обсуждаемым вопросам; - формирование навыка аргументированного ведения дискуссии по обсуждаемой проблеме. <p>Работа на практическом занятии направлена в том числе на изменение студентом самого себя. Данный результат очень важен, поскольку он обеспечивает формирование целого ряда общекультурных компетенций, например, способность:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество; - самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации; - осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и т.п. 	30 - 60 минут
3.	Подготовка к коллоквиуму	Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к коллоквиуму осуществляется	30 - 60 минут

		на основе перечня вопросов, подготовленного преподавателем, ответы на которые необходимо получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во необходимо ознакомиться со специальной литературой, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, сформулировать свое мнение по каждому из вопросов.	
4.	Подготовка к контрольной (проверочной) работе	Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: <ul style="list-style-type: none"> - изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; - повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения; - изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; - повторение / восстановление алгоритмов, ранее продемонстрированных преподавателем и опробованных студентами при выполнении заданий на практических занятиях; - составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы. 	2 часа
5.	Подготовка к зачету	Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра, в том числе, в рамках подготовки к лекционным и практическим занятиям, а также подготовки к коллоквиуму и контрольной работе, если они предусмотрены преподавателем Подготовка включает в себя, в том числе, очередную проработку всего лекционного материала, материалов, подготовленных к практическим (семинарским) занятиям в течение семестра и полученных во время практических занятий (в рамках докладов других студентов, во время «круглых столов», дискуссий, обсуждения и осмысления материала); соотнесение данной информации с вопросами к зачету, в случае недостатка информации, поиска ответов в рекомендованной преподавателем учебной, учебно-методической и иной литературе. Рекомендуется делать краткие записи для формирования в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне зачета необходимо повторить ответы, не используя записи.	3,5 – 4 часа
6.	Подготовка к экзамену	Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, но объем учебного материала, который необходимо подготовить к экзамену (восстановить в памяти, вновь осмыслить и понять), значительно больше. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных подходов к сущности того или иного явления, или процесса, умение определять и анализировать факторы их определяющие и т.п. Для этого рекомендуется первоначально в течение 1 - 2 дней, подобрать из разных источников материал, необходимый для развернутого ответа на каждый вопрос, изложив его в виде краткого конспекта. Затем по памяти восстановить содержание каждого ответа.	16 – 24 часа

Формы самостоятельной работы обучающихся для овладения, закрепления и систематизации знаний и формирования умений:

- работа в электронной библиотечной системе, составление конспектов первоисточников и другой учебной и научной литературы, работа с конспектами
- обработка текста (конспекта, учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей)
- повторная работа с учебным материалом: составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради и т.п.
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.),
- работа с тестами и вопросами для самопроверки
- работа с нормативно – правовыми документами
- написание реферата, эссе
- подготовка курсовой работы
- составление словаря по дисциплине
- разработка индивидуального или группового проекта
- выполнение практического задания (кейса)
- поиск информации по заданным параметрам
- подготовка мультимедиа сообщений / докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций и т.п.
- построение сводной (обобщающей) таблицы
- решение задач и упражнений по образцу
- решение вариативных задач
- выполнение расчетных и графических работ
- решение ситуационных задач
- подготовка к деловым / ролевым играм
- проектирование и моделирование различных видов и компонентов профессиональной деятельности
- т.д.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся: методические указания по самостоятельной работе студентов; учебная и методическая литература в библиотеке и электронной библиотеке Колледжа; отведенное для самостоятельной работы время занятий в компьютерных классах Колледжа, включая работу со специализированным программным обеспечением, информационными справочными системами.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимуму материально-технического обеспечения

Реализация профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами требует наличия специальных учебных помещений для проведения всех видов занятий, в т.ч. учебных аудиторий для проведения теоретических занятий (лекций) и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, помещений для проведения лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации, соответствующим образом оснащенные помещения для самостоятельной работы студентов.

Учебные помещения должны быть оснащены всем необходимым оборудованием: рабочие места преподавателя, обучающихся, технические и иные средства обучения.

Перечень кабинетов и/или лабораторий и/или мастерских и/или иных помещений, требующихся для освоения дисциплины:

№	Наименование помещения
1.	Кабинет междисциплинарных курсов, истории, философии, профессиональной этики и психологии делового общения
2.	Кабинет экономики, экономики организации, менеджмента, маркетинга, управления персоналом, основ предпринимательской деятельности (предпринимательства)
3.	Кабинет бухгалтерского учета, финансов, налогов, налогообложения и аудита, организации бухгалтерского учета и аудита в банках, в страховых организациях
4.	Методический кабинет
5.	Читальный зал (кабинет для самостоятельной работы)
6.	Актный зал
7.	Библиотека

3.2. Информационное обеспечение обучения

3.2.1. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, информационных Интернет-ресурсов

Основные источники

1. Деньгов, В. В. Теория потребительского поведения: учебник для вузов / В. В. Деньгов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 117 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18271-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534656>

2. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга: учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535644>

3. Митрошенков, О. А. Деловые переговоры: учебное пособие для вузов / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07951-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493376>

4. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>

Дополнительные источники

1. Синяева, И. М. Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

2. Ильин, В. И. Социология потребления: учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539081>

3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538368>

4. Матвеева, Л. В. Психология ведения переговоров: учебное пособие для вузов / Л. В. Матвеева, Д. М. Крюкова, М. Р. Гараева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 121 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09865-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491523>

5. Митрошенков, О. А. Деловое общение: эффективные переговоры: практическое пособие / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-10704-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494467>

6. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

7. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536234>

8. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474521>

Справочно-библиографические, периодические издания, в т.ч. российские журналы:

1. Журнал «Торговая политика». <https://tradepol.hse.ru/tpjour>
2. Журнал «Управление сбытом». <https://sellings.ru/>
3. Международный научно-практический журнал «Международная торговля и торговая политика». <https://mttp.rea.ru>
4. Журнал «Современная торговля». <https://panor.ru/magazines/sovremennaya-torgovlya.html#>
5. Журнал «Управление магазином». <https://trademanagement.ru/>
6. Журнал «Мое дело. Магазин - всероссийское торговое издание». <https://mdmag.ru/about/>
7. Журнал Российское предпринимательство. <https://creativeconomy.ru/>
8. Экономика и предпринимательство. <http://www.intereconom.com/>
9. Путеводитель предпринимателя. <https://www.pp-mag.ru/jour>
10. Экономика, предпринимательство и право. <https://1economic.ru/journals/epp>
11. Журнал «PressFeed». <https://news.pressfeed.ru/>
12. Журнал «Редактор». <https://www.editor.ru/podcast/>
13. Интернет-журнал «DNative. Блог про SMM, подкасты, соцсети и маркетинг». <https://dnative.ru/>
14. Электронный научный журнал «Медиаскоп». <http://www.mediascope.ru/>
15. Журнал «Реклама. Теория и практика». <http://www.grebennikoff.ru/product/8/>

Информационные ресурсы сети Интернет

1. <http://www.consulting.ru> - консалтинговый сайт. Статьи. Аналитика.
2. <https://bo.nalog.ru> - сайт государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности.
3. <http://romir.ru> - исследовательский комплекс Ромир. Исследования. Аналитика.
4. <http://www.consulting.ru> - консалтинговый сайт. Статьи. Аналитика.
5. <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/> - журнал о бизнесе, менеджменте и историях успеха.
6. <https://tpmag.ru/> - B2B медиаресурс о розничной торговле «Точка продаж»
7. <https://new-retail.ru/novosti/> - главные новости ритейла в России и мире
8. <https://sber.pro/topics/torgovlia/> - СберПро. Самое важное о развитии торговли в России
9. <http://www.economy.gov.ru> - официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации
10. <http://www.gks.ru> - официальный сайт Федеральной службы государственной статистики

11. <https://www.liveinternet.ru/> - интернет ресурсы (библиотека) предпринимателя
12. <https://www.dk.ru/> - DK.RU – деловой портал Екатеринбурга.
13. <https://biz-gazeta.ru/> - бизнес-онлайн
14. <https://www.kommersant.ru/> - Коммерсантъ

3.2.2. Перечень современных баз данных, лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (информационные технологии), используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (актуальная версия), содержащая, в том числе, нормативно-правовую базу в области торговли, нормативно-правовую базу в области финансов и т.п. (отечественное производство);
- Информационная система для бухгалтера «КонсультантПлюс для бухгалтера», актуальная версия (отечественное производство);
- Студенческий информационно-справочный портал "Гарант-Образование" <https://edu.garant.ru/> (доступ свободный) (свободно распространяемое);
- Электронно-библиотечная система [ibooks.ru. https://ibooks.ru/](https://ibooks.ru/) (доступ по паролю) (отечественное производство);
- Образовательная платформа Юрайт для вузов и ссузов. <https://urait.ru/partner/> (доступ по паролю) (отечественное производство);
- Научная электронная библиотека – база данных eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (доступ свободный);
- Scopus – единая база данных рецензируемой научной литературы. www.scopus.com (доступ свободный);

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- Microsoft Windows (лицензионное).
- Офисный пакет программ MicrosoftOffice, включающий текстовый редактор MicrosoftWord, электронную таблицу MicrosoftExcel, программу для подготовки презентаций MicrosoftPowerPoint, браузер InternetExplorer (лицензионное).
- Программный продукт для работы с файлами в формате PDF Adobe Acrobat (свободная лицензия).
- Программное обеспечение для архивации ZIP и RAR: WinRAR (версия, работающая в Windows) (свободная лицензия).
- Программный продукт 1С: Предприятие (лицензионное, отечественное производство).

Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия и переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов для таких студентов производится с учетом различных форм предоставления данного материала так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально. Предусмотрено в случае необходимости создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей, альтернативную версию медиа-контента, предусмотрены возможность масштабирования текста и изображений без потери качества и доступность управления контентом с клавиатуры.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, выполнения обучающимися контрольных и самостоятельных работ, индивидуальных заданий, прохождения тестирования, сдачи дифференцированного зачета, экзамена по модулю.

4.1. Результаты, критерии и оценочные средства для проведения текущего и промежуточного контроля освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций

4.1.1. Критерии оценивания результатов освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций при проведении текущего и промежуточного контроля

1. Базовый уровень освоения учебного материала - пороговый
2. Умение использовать теоретические знания и практические навыки при выполнении профессиональных задач - повышенный
3. Уровень глубокой сформированности общих и профессиональных компетенций – продвинутый

Компоненты результатов обучения по профессиональному модулю	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	продвинутый
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач,	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует

	требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	творческое использование умений (технологий)
Иметь практический опыт:	Студент демонстрирует готовность к решению ограниченного количества нетипичных задач при условии оказания ему методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов), а также не готов решать практические задачи повышенной сложности и принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент демонстрирует готовность к самостоятельному решению ограниченного количества нетипичных задач, но испытывает трудности при решении практических задач повышенной сложности, позволяющих принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент готов решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

4.1.2. Формы контроля результатов освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций при проведении текущего и промежуточного контроля

Наименование результата обучения	Дескрипторы результата обучения	Результаты освоения образовательной программы (компетенции), формирование которых обеспечивается результатом обучения (коды компетенций)	Формы контроля	
			Текущего	Промежуточного

<p>Иметь практический опыт:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - формирования клиентской базы и ее актуализации на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий - осуществления эффективного взаимодействия с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров - обеспечения эффективного взаимодействия с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов - реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж - обеспечения реализации мероприятий по стимулированию покупательского спроса - осуществления контроля состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов. - организации продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий - организации послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. 	<p>ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - поиск информации по заданным параметрам - подготовка докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций и т.п. - построение сводной (обобщающей) таблицы - решение ситуационных задач - проектирование и моделирование различных видов и компонентов профессиональной деятельности 	
<p>Уметь:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы; - 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; - 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, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; - предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; - опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; - работать с возражениями клиента; - обеспечивать конфиденциальность полученной информации; - фиксировать в установленной форме и анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий; - оформлять и согласовывать договор в 	<p>ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - проверка рабочих тетрадей - анализ нормативно-правовых документов - выполнение (проверка выполнения) практических и расчетно-графических работ; - решение задач и упражнений по образцу - выполнение вариативных практических заданий и расчетно-графических работ - выполнение самостоятельных работ; - контроль самостоятельной работы (в письменной или устной форме); - участие в семинаре; - подготовка и защита реферата - подготовка и защита творческого проекта - контрольные работы - тестирование, в т.ч. компьютерное 	<p>Экзамен по модулю</p>

	<p>соответствии со стандартами и регламентами организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; - корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; - соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; - обеспечивать баланс интересов клиента и организации; - разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; - собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; - планировать работу по выполнению плана продаж; - анализировать возможности увеличения объемов продаж; - планировать и контролировать поступление денежных средств; - применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; - планировать объемы собственных продаж; - оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; - 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 и разрабатывать мероприятия по их улучшению; - вносить предложения по формированию мотивационных программ и специальных предложений для клиентов и обеспечивать их реализацию; - анализировать и систематизировать данные по состоянию 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 			
--	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> клиентом и подводить итог по окончании беседы; - определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; - 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; - использовать программные продукты для осуществления продаж и координации работы с клиентами. 			
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> - методики выявления потребностей клиентов; - технику продаж; - методики проведения презентаций; - потребительские свойства товаров; - требования и стандарты производителя; - принципы и порядок ведения претензионной работы; - стандарты менеджмента качества; - понятие гарантийной политики организации; - 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 РФ в области работы с конфиденциальной информацией; - приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; - основы организации послепродажного обслуживания. 	ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 1.1. - ПК 1.6., ПК 2.1. - ПК 2.8., ПК 3.1. - ПК 3.8.	<ul style="list-style-type: none"> - устный опрос на лекциях / практических занятиях - проверка выполнения устных и письменных домашних заданий - проверка конспектов по дополнительной литературе и первоисточникам - контрольные работы - тестирование, в т.ч. компьютерное - проверка рабочих тетрадей - терминологический диктант 	

4.1.3. Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения профессионального модуля

Экзамен по модулю является итоговой оценкой уровня сформированности общих и профессиональных компетенций студента по профессиональному модулю и включает в себя оценку теоретических знаний студента, развитие творческого и аналитического мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач, уровень сформированности практических навыков по виду профессиональной деятельности. Оценка, выставляемая студенту в ходе промежуточной аттестации, является совокупной и учитывает предыдущие оценки его знаний по данному профессиональному модулю, полученные в ходе текущего и промежуточного контроля.

При проведении текущей и промежуточной аттестации по профессиональному модулю в рамках традиционной шкалы оценивания применяются следующие критерии:

Оценка	Критерии выставления оценки
--------	-----------------------------

Отлично (зачтено)	студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, точно, четко и конкретно отвечает на вопросы, может доказать и проиллюстрировать свои рассуждения практическими примерами, в том числе, полученными в ходе практического обучения, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные как в рамках данного профессионального модуля, так и при изучении других смежных дисциплин (МДК), умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, в том числе, решает нестандартные задачи, в целом ответы глубокие, обоснованные и законченные;
Хорошо (зачтено)	в своих ответах на вопросы студент четко формулирует определения и может показать взаимосвязь различных частей пройденного в рамках данного профессионального модуля материала, студент демонстрирует способность к размышлению, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные в рамках данного профессионального модуля, в том числе, в ходе практического обучения, легко решает типовые задачи, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности
Удовлетворительно (зачтено)	студент обнаруживает в целом правильное понимание основных вопросов программного материала, может дать определения основных понятий, пройденных в рамках профессионального модуля, однако излагает их недостаточно четко и / или не в полном объеме, предусмотренном учебным материалом лекционных, практических занятий и практического обучения, не может вывести закономерности и связать воедино разные разделы профессионального модуля, допускает отдельные ошибки в ответе и при выполнении заданий, решение типовых задач может вызывать затруднение, при этом студент обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
Неудовлетворительно (не зачтено)	знания студента обрывочны, не покрывают всего предмета, скорее заучены, чем поняты и, как следствие, студент не может объяснить связей в рамках изложенного материала, дать точных определений понятий, пройденных в рамках профессионального модуля, дает расплывчатые формулировки, не владеет в должной степени терминологией и приемами решения типовых задач; оценка «неудовлетворительно», как правило, ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании Колледжа без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

4.1.4. Оценочные средства по профессиональному модулю представлены в рамках Фонда оценочных средств, являющегося приложением к настоящей рабочей программе

4.2. Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации указанных обучающихся создаются фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Такие оценочные средства создаются по мере необходимости с учетом различных нозологий. При проведении текущей и промежуточной аттестации для указанных лиц предусмотрено включение в учебный процесс различных посредников, включая тьюторов и уполномоченных по делам инвалидов. Форма проведения текущей аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости таким студентам обеспечиваются соответствующие условия проведения занятий и аттестации, в том числе предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.