

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ  
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

## **БРЯНСКИЙ ТЕХНИКУМ ПИТАНИЯ И ТОРГОВЛИ**

Рассмотрено и одобрено  
на заседании МО  
кулинарного и торгового профиля  
протокол № 11 от 07.06.2024 г.

Утверждено  
приказом № 236 от 17.06.2024 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

по специальности  
38.02.08 Торговое дело  
нормативный срок обучения 2 года 10 месяцев  
на базе основного общего образования

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело (далее ФГОС СПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки от 19 июля 2023 г. N 548 и примерной основной образовательной программы.

Организация-разработчик: ГАПОУ «Брянский техникум питания и торговли».

Разработчик:

Хроленко Н. В., преподаватель ГАПОУ «Брянский техникум питания и торговли».

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	стр. 4
<b>2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	9
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</b>	15
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	19

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 38.02.08 Торговое дело

Программа профессионального модуля реализуется с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности (ВПД): **Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции:

### 1.2.1. 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

### 1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
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	Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поиска новых покупателей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и сбора информации о потребностях клиента;</li> <li>– ведения базы данных клиентов, учетной документации по базе клиентов, заключенным договорам на продажу и сопровождение инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;</li> <li>– информирования клиентов о новых поставляемых инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих, о текущих маркетинговых акциях, новых продуктах и специальных предложениях;</li> <li>– проведения мероприятий (конференций, семинаров, вебинаров) для существующих и потенциальных клиентов;</li> <li>– заключения договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– развития взаимоотношений с клиентами для заключения новых договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– подготовки коммерческих предложений с учетом установленных условий поставщиков, правил отгрузки в организации и особенностей клиента;</li> <li>– презентации инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам;</li> <li>– анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;</li> <li>– выполнения запланированных показателей по объему продаж;</li> <li>– презентации клиентам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– ведения деловой переписки и деловых переговоров с клиентами и партнерами по использованию инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– консультирования клиентов и партнеров по характеристикам новых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, по условиям продажи и ценам, условиям лицензирования программного обеспечения, условиям оказания послепродажной технической поддержки;</li> <li>– приема и обработка входящих обращений от клиентов и партнеров;</li> <li>– заключения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– ведения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– ведения переговоров с поставщиками и производителями</li> </ul>
------------------	---

	<p>инфокоммуникационных систем и /или их составляющих;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– информирования о поступлении продукции на склад, об отгрузке (поставке) товара;</li> <li>– выставления счетов, оформления актов, накладных и счетов-фактур;</li> <li>– поиска новых каналов сбыта инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и организации их продаж в новых каналах;</li> <li>– сбора и анализа доступной информации о каналах продаж и типовых решениях по продаже у конкурентов;</li> <li>– ведение базы данных решений по продаже инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– искать новых клиентов в рамках существующих каналов сбыта;</li> <li>– вести деловые переговоры и деловую переписку с потенциальными клиентами;</li> <li>– выявлять потребности клиента в процессе переговоров;</li> <li>– систематизировать информацию о клиентах;</li> <li>– использовать почтовые программы на профессиональном уровне;</li> <li>– применять систему управления взаимоотношениями с клиентами;</li> <li>– применять систему управления продажами для управления информацией о клиентах;</li> <li>– выявлять потребности и вести деловые переговоры с клиентами об их потребностях в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих;</li> <li>– сопровождать развитие системы управления взаимоотношениями с клиентами;</li> <li>– подготавливать материалы базы данных клиентов к обсуждению потребностей клиентов в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих;</li> <li>– составлять отчетность о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;</li> <li>– оформлять коммерческие предложения с использованием офисных программных приложений;</li> <li>– подготавливать и проводить презентации продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих для потенциальных клиентов;</li> <li>– разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;</li> <li>– собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;</li> <li>– планировать работу по выполнению плана продаж;</li> <li>– анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;</li> <li>– анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;</li> <li>– анализировать возможности увеличения объемов продаж;</li> <li>– планировать и контролировать поступление денежных средств;</li> <li>– обеспечивать наличие демонстрационной продукции;</li> <li>– применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;</li> <li>– планировать рабочее время для выполнения плана продаж;</li> <li>– планировать объемы собственных продаж;</li> <li>– применять системы управления взаимоотношениями с клиентами при подготовке консультаций по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;</li> <li>– искать и систематизировать информацию об условиях использования и</li> </ul>

	<p>возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– подготавливать и проводить презентации по использованию продаваемых инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– проводить демонстрации инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– сопоставлять отечественные и зарубежные инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие;</li> <li>– анализировать предложения поставщиков инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– осуществлять поиск информации по клиентам и партнерам;</li> <li>– вести учетную документацию по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– искать новые каналы сбыта;</li> <li>– систематизировать информацию о каналах сбыта и о решениях по продаже;</li> <li>– вести конкурентную разведку в части, касающейся методов и каналов организации продаж.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– методы и инструменты поиска информации;</li> <li>– правила работы с базами данных на уровне пользователя;</li> <li>– назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования;</li> <li>– инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;</li> <li>– методы поиска информации о потенциальных потребностях в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;</li> <li>– основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;</li> <li>– правила подготовки и проведения презентации, в том числе с использованием информационных технологий;</li> <li>– специализированных программных продуктов;</li> <li>– методы поиска информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;</li> <li>– технические характеристики и отличительные особенности продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;</li> <li>– отечественных и зарубежных производителей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и направления (типы) выпускаемой ими продукции;</li> <li>– продукцию отечественных производителей, аналогичную продаваемым зарубежным инфокоммуникационным продуктам и (или) их составляющих;</li> <li>– законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;</li> <li>– инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;</li> <li>– этику конкурентной разведки в области продаж инфокоммуникационных систем;</li> <li>– принципы эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами;</li> </ul>

	– модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.
--	--

### **1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов - 480 часов

Из них на освоение МДК - 222 часа

на практики: учебную - 36 часов и производственную - 216 часов

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Объем программы, час.	Объем программы, час.											
			Обучение по МДК, в час.						Практическая подготовка			Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация
			Лекции	лабораторных и практических занятия, часов	курсовых работа (проектов), часов	Самостоятельная работа	Консультации	Промежуточная аттестация	учебная, часов	производственная, часов				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	222	100	72	20	-	-	-	-	-	-	12	12	6
ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Учебная практика, часов	36							30				-	6
ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности)	216										210	-	6
ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Промежуточная аттестация по ПМ	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
	Всего:	480	100	72	20					30	210	12	12	24

## 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	Объем часов	Уровень освоения	Формирование компетенций
1	2	3	4	5
<b>МДК 03.01 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</b>		<b>222</b>		
<b>Раздел 1. Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</b>		<b>172</b>		
<b>Тема 1.1.</b> Формирование клиентской базы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>20</b>		
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании	4	2	ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов	4		
	3. Пути формирования клиентской базы	4		
	4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ).	4		
	5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	4		
	<b>Лабораторные работы</b>	<b>0</b>		
	<b>Практические занятия</b>	<b>8</b>		
	1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	4		
	2. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров	2		
	3. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	2		
	<b>Контрольная работа</b>	<b>0</b>		
	<b>Консультации</b>	<b>0</b>		
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>0</b>		
<b>Тема 1.2.</b> Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>32</b>		
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	4	2	ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	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»	4		
	3. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров	4		
	4. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков	4		
	5. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	4		
	6. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	4		

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения	Формирование компетенций		
1	2		3	4	5		
	7	Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров	4				
	8	Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	4				
	<b>Лабораторные работы</b>		<b>0</b>				
	<b>Практические занятия</b>		<b>18</b>				
	1.	Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий	2				
	2.	Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении	2				
	3	Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2				
	4	Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов	4				
	5	Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2				
	6	Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов	2				
	7	Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий	2				
	8	Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2				
	<b>Контрольная работа</b>		<b>0</b>				
	<b>Консультации</b>		<b>0</b>				
	<b>Самостоятельная работа</b>		<b>0</b>				
<b>Тема 1.3</b> Организация и осуществление продажи потребительских товаров	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>16</b>	2	ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09		
	1.	Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж	4				
	2.	Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	4				
	3.	Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	4				
	4.	Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	4				
	<b>Лабораторные работы</b>		<b>0</b>				
	<b>Практические занятия</b>		<b>6</b>				
	1.	Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2				
	2.	Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	4				
	3.	Определение градации качества продовольственных товаров Работа с возражениями в процессе продажи товаров	2				
	<b>Контрольная работа</b>		0				
	<b>Консультации</b>		0				
	<b>Самостоятельная работа</b>		0				
<b>Тема 1.4.</b> Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>8</b>			2	ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	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	4				

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Формирование компетенций
1	2	3	4	5
торговли и соблюдения стандартов организации	претензию			
	<b>Лабораторные работы</b>	<b>0</b>		
	<b>Практические занятия</b>	<b>12</b>		
	1. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	4		
	2. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2		
	3. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2		
	4. Урегулирование спорных вопросов, претензий	4		
	<b>Контрольная работа</b>	<b>0</b>		
	<b>Консультации</b>	<b>0</b>		
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>0</b>		
<b>Тема 1.5.</b> Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>12</b>		
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	4		ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента	4		
	3. Методы стимулирования продаж	4		
	<b>Лабораторные работы</b>	<b>0</b>		
	<b>Практические занятия</b>	<b>10</b>		
	1. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	4		
	2. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	4		
	3. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2		
	<b>Контрольная работа</b>			
<b>Консультации</b>	<b>0</b>			
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>0</b>			
<b>Тема 1.6.</b> Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	4		ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<b>Лабораторные работы</b>	<b>0</b>		
	<b>Практические занятия</b>	<b>8</b>		
	1. Составление отчетной документации по продажам	2		
	2. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	2		
	3. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	4		
	<b>Контрольная работа</b>	<b>0</b>		
	<b>Консультации</b>	<b>0</b>		
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>0</b>		
<b>Тема 1.7.</b> Анализ и контроль состояния товарных запасов	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>		
	1. Товарные запасы: классификация , виды, оптимизация и контроль	4		ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<b>Лабораторные работы</b>	<b>0</b>		

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Формирование компетенций
1	2	3	4	5
	<b>Практические занятия</b>	<b>2</b>		09
	1. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2		
	<b>Контрольная работа</b>	<b>0</b>		
	<b>Консультации</b>	<b>0</b>		
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>0</b>		
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	4		
	<b>Лабораторные работы</b>	<b>0</b>		
	<b>Практические занятия</b>	<b>6</b>		
	1. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	2	2	
	2. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	2		
	3. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	2		
	<b>Контрольная работа</b>	<b>0</b>		
	<b>Консультация</b>	<b>0</b>		
	<b>Самостоятельная работа</b>	<b>0</b>		
<b>Курсовые работы (проекта)</b>		<b>20</b>		
<b>Самостоятельная работа</b>	Подготовка к промежуточной аттестации	<b>12</b>		
<b>Консультации</b>	Подготовка к промежуточной аттестации	<b>12</b>		
<b>Промежуточная аттестация</b>	экзамен	<b>6</b>		
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b>			<b>30</b>	
1.	Охрана труда и техника безопасности. Ознакомление с торговым предприятием. Идентификация товаров по ассортиментной принадлежности		6	ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
2.	Расшифровка маркировки. Информационная идентификация. Оценка качества. Установление градаций качества и выявление дефектов товара		6	
3.	Контроль над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров. Организация подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформление ее результатов		6	
4.	Оформление документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров		6	
5.	Расчет и списание товарных потерь. Разработка мер по предупреждению и сокращению товарных потерь. Формирование и анализ торгового ассортимента. Расчёт показателей ассортимента товаров.		6	
	<b>Промежуточная аттестация по учебной практике зачет</b>		<b>6</b>	
	<b>Производственная практика (концентрированная)</b> <b>Виды работ</b>		<b>210</b>	
1.	Общая организационная характеристика оптового / розничного предприятия-базы практики		6	ПК 3.1- ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
2.	Схема размещения ассортимента товаров однородных групп.		18	

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	Формирование компетенций
1	2	3	4	5
3.	Расчет основных показателей ассортимента.	18		
4.	Анализ ассортиментной политики предприятия с учетом факторов, влияющих на формирование ассортимента.	18		
5.	Оценка условий приемки товаров, наличия помещений для хранения продукции с отклонениями по количеству и качеству.	18		
6.	Соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам.	18		
7.	Анализ условия хранения товаров.	18		
8.	Изучение товаросопроводительных документов и правильности их оформления.	18		
9.	Оценка торговой и производственной маркировки товара.	18		
10.	Оценка качественных характеристик товара.	18		
11.	Выявление дефектов (пороков) товаров и определение градации качества.	18		
12.	Выявление источников товарных потерь и разработка мероприятий по их предупреждению и сокращению.	18		
<b>Промежуточная аттестация по производственной практике дифференцированный зачет</b>		<b>6</b>		
<b>Промежуточная аттестация по ПМ экзамен</b>		<b>6</b>		
<b>Всего</b>		<b>480</b>		

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Материально-техническое обеспечение

Для реализации учебной дисциплины имеется:

- учебный кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов, эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда»;
- мастерская «Учебный магазин».

Оборудование кабинета «Автоматизация торгово-технологических процессов, эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда»:

- стол аудиторный;
- стол преподавателя;
- стол компьютерный;
- стул офисный;
- кресло оператора без подлокотников;
- доска магнитно-меловая;
- место преподавателя;
- проектор настольный короткофокусный;
- автоматизированное рабочее место обучающегося по количеству учащихся;
- комплект учебного наглядного материала по всем темам программы;
- комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы;
- комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы;
- тренировочные комплексы.

Оборудование мастерской «Учебный магазин»:

- стол компьютерный;
- стул;
- автоматизированное рабочее место преподавателя;
- автоматизированное рабочее место обучающегося;
- проектор;
- экран для проектора;
- интерактивная доска;
- штатив напольный;
- веб-камера;
- микрофон;
- колонки;
- комплект учебного наглядного материала по всем темам программы;
- комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы;
- витрины;
- контрольно-кассовые машины, контрольно-кассовая техника и (или) их виртуальные аналоги;
- весоизмерительное оборудование;

- терминалы сбора данных (ТСД) ( специализированное устройство со встроенным сканером штрих-кодов);
- сканер с возможностью считывания акцизных марок для работы в ЕГАИС;
- компьютер с монитором;
- принтер (для печати ценников);
- онлайн-касса;
- программируемая клавиатура кассира;
- денежный ящик;
- терминал безналичной оплаты;
- дисплей покупателя (при необходимости);
- весы с печатью этикеток (при необходимости
- детектор купюр;
- муляжи товаров;
- пристенные и островные горки;
- стеллажи;
- рекламно-выставочный инвентарь (манекены, держатели для одежды, подставки и т.д);
- дополнительное оборудование;
- комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы;
- тренировочные комплексы;
- информационный стенд;
- системы защиты товаров (деактиваторы и магнитные съемники);
- измельчительно-режущее оборудование (слайсер);
- макет холодильного оборудования (на усмотрение образовательной организации);
- промо-стойка;
- онлайн-эквайринг;
- этикет-пистолет;
- ценникодержатели;
- POS-материалы;
- инвентарь для отбора товаров покупателями.

Реализация профессионального модуля включает обязательную производственную практику, которая проводится концентрированно.

### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

##### **Основные источники**

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

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

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

#### Дополнительные источники

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2
2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5
3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2022.- 312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

#### Интернет-ресурсы:

1. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://www.gost.ru>
2. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. <http://www.interstandart.ru>
3. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество». [www.stq.ru](http://www.stq.ru)
4. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «[www.spros.ru](http://www.spros.ru)
5. Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза <http://www.znaytovar.ru>.

### 3.3. Организация образовательного процесса

Теоретическое и практическое обучение проводится в условиях учебного кабинета, лаборатории или мастерской в соответствии с учебным расписанием.

Освоению ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами предшествуют дисциплины общепрофессионального цикла: ОП.01 Экономика и основы анализа финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия; ОП.02 Прикладные компьютерные программы в профессиональной деятельности, ОП.03 Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда; ОП.06 Правовое

обеспечение профессиональной деятельности; ОП.07 Логистика, ОП.08 Стандартизация, метрология и подтверждение соответствию; ОП.09 Санитария и гигиена, ОП.10 Информационные технологии в Интернет-маркетинге, ОП.12 Деловая культура, ОП.13 Основы бережливого производства.

Овладение видом профессиональной деятельности происходит посредством внедрения в учебный процесс инновационных образовательных и производственных технологий.

Учебная и производственная практика по данному модулю обеспечивает практико-ориентированную подготовку и проводится на базе государственных и коммерческих организаций, соответствующих профилю подготовки обучающегося и регламентируется Положением об учебной и производственной практике. Производственная практика проводится концентрированно в соответствии с графиком учебного процесса.

### **3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация образовательной программы обеспечивается руководящими и педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой образовательной программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее трех лет).

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Доля педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих освоение обучающимися профессиональных модулей, имеющих опыт деятельности не менее 3 лет в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности, в общем числе педагогических работников, реализующих образовательную программу, должна быть не менее 25 процентов.

## 4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Профессиональные и общие компетенции, формируемые в рамках модуля	Оцениваемые знания и умения, действия (навыки)	Методы оценки
<p>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</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специализированных программных продуктов;</li> <li>- методики выявления потребностей клиентов.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;</li> <li>- вести и актуализировать базу данных клиентов;</li> <li>- формировать отчетную документацию по клиентской базе;</li> <li>- анализировать деятельность конкурентов;</li> <li>- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</li> <li>- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;</li> <li>- вести реестр реквизитов клиентов;</li> <li>- использовать программные продукты.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сбора, формирования, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;</li> <li>- поиска и выявления потенциальных клиентов;</li> <li>- формирования и актуализации клиентской базы;</li> <li>- проведения мониторинга деятельности конкурентов.</li> </ul>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям.</p> <p>Оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.</p> <p>Оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
<p>ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методики выявления потребностей;</li> <li>- техники продаж;</li> <li>- методик проведения презентаций;</li> <li>- потребительских свойств товаров;</li> <li>- требований и стандартов производителя.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать объемы собственных продаж;</li> <li>- устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;</li> <li>- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;</li> <li>- формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;</li> <li>- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;</li> <li>- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;</li> <li>- предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;</li> <li>- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> </ul>	<p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.</p> <p>Оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной практике.</p> <p>Оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие,</p>

Профессиональные и общие компетенции, формируемые в рамках модуля	Оцениваемые знания и умения, действия (навыки)	Методы оценки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с возражениями клиента;</li> <li>- применять техники по закрытию сделки;</li> <li>- суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;</li> <li>- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;</li> <li>- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;</li> <li>- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;</li> <li>- формирования коммерческих предложений по продаже товаров;</li> <li>- подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;</li> <li>- информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;</li> <li>- стимулирования клиентов на заключение сделки;</li> <li>- взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;</li> <li>- закрытия сделок;</li> <li>- соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;</li> <li>- использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи.</li> </ul>	<p>принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях;</li> <li>– при выполнении и защите курсовой работы (проекта);</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики;</li> <li>- при проведении защиты отчетов по учебной, производственной практик;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций партнеров и/или профессионального сообщества.</li> </ul>
<p>ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципов и порядка ведения претензионной работы;</li> <li>- ассортимента товаров;</li> <li>- стандартов организации;</li> <li>- стандартов менеджмента качества;</li> <li>- гарантийной политики организации.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;</li> <li>- подготавливать документацию для формирования заказа;</li> <li>- осуществлять мероприятия по размещению заказа;</li> <li>- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;</li> <li>- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;</li> <li>- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;</li> <li>- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;</li> <li>- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;</li> <li>- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;</li> </ul>	

Профессиональные и общие компетенции, формируемые в рамках модуля	Оцениваемые знания и умения, действия (навыки)	Методы оценки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- соблюдать конфиденциальность информации;</li> <li>- предоставлять клиенту достоверную информацию;</li> <li>- корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;</li> <li>- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;</li> <li>- обеспечивать баланс интересов клиента и организации;</li> <li>- обеспечивать соблюдение требований охраны.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;</li> <li>- мониторинг и контроль выполнения условий договоров.</li> </ul>	
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специализированных программных продуктов.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;</li> <li>- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;</li> <li>- планировать работу по выполнению плана продаж;</li> <li>- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;</li> <li>- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;</li> <li>- анализировать возможности увеличения объемов продаж;</li> <li>- планировать и контролировать поступление денежных средств;</li> <li>- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;</li> <li>- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;</li> <li>- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;</li> <li>- планировать объемы собственных продаж;</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;</li> <li>- выполнения запланированных показателей по объему продаж..</li> </ul>	
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методики позиционирования продукции организации на рынке;</li> <li>- методов сегментирования рынка;</li> <li>- методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;</li> <li>- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;</li> <li>- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;</li> <li>- анализировать и систематизировать информацию о</li> </ul>	

Профессиональные и общие компетенции, формируемые в рамках модуля	Оцениваемые знания и умения, действия (навыки)	Методы оценки
	<p>состоянии рынка потребительских товаров;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;</li> <li>- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;</li> <li>- вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;</li> <li>- вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки программ по повышению лояльности клиентов;</li> <li>- разработки мероприятий по стимулированию продаж;</li> <li>- информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</li> <li>- участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;</li> <li>- стимулирования клиентов на заключение сделки.</li> </ul>	
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;</li> <li>- обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;</li> <li>- анализировать оборачиваемость складских остатков.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- контроля состояния товарных запасов.</li> </ul>	
ПК 3.7. Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приказов, положений, инструкций, нормативной документации по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять отчетную документацию по продажам.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализа выполнения плана продаж.</li> </ul>	
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основ организации послепродажного обслуживания.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;</li> <li>- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;</li> <li>- инициативно вести диалог с клиентом;</li> <li>- резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;</li> </ul>	

Профессиональные и общие компетенции, формируемые в рамках модуля	Оцениваемые знания и умения, действия (навыки)	Методы оценки
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</li> <li>- разрабатывать рекомендации для клиента;</li> <li>- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</li> <li>- анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;</li> <li>- проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;</li> <li>- вести деловую переписку с клиентами и партнерами;</li> <li>- использовать программные продукты.</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- информационно-справочного консультирования клиентов;</li> <li>- контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;</li> <li>- обеспечения соблюдения стандартов организации.</li> </ul>	
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;</li> <li>- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;</li> <li>- методы работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>- структуру плана для решения задач;</li> <li>- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;</li> <li>- определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия;</li> <li>- определять необходимые ресурсы;</li> <li>- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план;</li> <li>- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</li> </ul>	
<p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и</p>	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности;</li> <li>- приемы структурирования информации;</li> <li>- формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства</li> </ul>	

<b>Профессиональные и общие компетенции, формируемые в рамках модуля</b>	<b>Оцениваемые знания и умения, действия (навыки)</b>	<b>Методы оценки</b>
информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p>информатизации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять задачи для поиска информации;</li> <li>- определять необходимые источники информации;</li> <li>- планировать процесс поиска;</li> <li>- структурировать получаемую информацию;</li> <li>- выделять наиболее значимое в перечне информации;</li> <li>- оценивать практическую значимость результатов поиска;</li> <li>- оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;</li> <li>- использовать современное программное обеспечение;</li> <li>- использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> </ul>	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности;</li> <li>- основы проектной деятельности.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности.</li> </ul>	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</li> </ul>	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;</li> <li>- основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);</li> <li>- лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения;</li> <li>- правила чтения текстов профессиональной направленности.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;</li> <li>- участвовать в диалогах на знакомые общие и</li> </ul>	

<b>Профессиональные и общие компетенции, формируемые в рамках модуля</b>	<b>Оцениваемые знания и умения, действия (навыки)</b>	<b>Методы оценки</b>
	профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связанные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	