

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Золотухина Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.05.2024 09:31:06
Уникальный программный ключ:
ed74cad8f1c19aa426b59e780a391b3e6ee2e1026402f1b3f388bce49d1d570e

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский региональный социально-экономический институт»

Программа утверждена
Ученым советом МРСЭИ
Протокол № 10 от 22.05.2024 г.

Утверждаю

Ректор  Золотухина Е. Н.



22 мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля

**ПМ. 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация
работы с клиентами**

по специальности **38.02.08 Торговое дело**

Квалификация – бухгалтер
Форма обучения – очная

Рабочая программа ПМ. 03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» разработана в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №548 от 19 июля 2023 г.;

Составитель: Абакарова П.М. – к.э.н., доцент, преподаватель СПО

Рецензент: Вашутин Д.Е.– генеральный директор ООО «АГОРА»

Рабочая программа модуля рассмотрена и одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии № 3 «Торговое дело» Московского регионального социально-экономического института (Протокол № 10 от 22 мая 2024 г.).

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности: документирование хозяйственных операций и ведение бухгалтерского учета активов организации и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций и личностных результатов

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	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	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	сбора, формирования, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; поиска и выявления потенциальных клиентов; формирования и актуализации клиентской базы; проведения мониторинга деятельности конкурентов.специализированных программных продуктов;
-------------------------	--

	<p>методики выявления потребностей клиентов.сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; мониторинг и контроль выполнения условий договоров.анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;</p> <p>выполнения запланированных показателей по объему продаж.разработки программ по повышению лояльности клиентов;</p> <p>разработки мероприятий по стимулированию продаж;</p> <p>информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;</p> <p>участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;</p> <p>стимулирования клиентов на заключение сделки;контроля состояния товарных запасов</p> <p>анализа выполнения плана продаж.</p> <p>информационно-справочного консультирования клиентов;</p> <p>контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;</p> <p>обеспечения соблюдения стандартов организации</p>
<p>Уметь</p>	<p>работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;</p> <p>вести и актуализировать базу данных клиентов;</p> <p>формировать отчетную документацию по клиентской базе;</p> <p>анализировать деятельность конкурентов;</p> <p>определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</p> <p>планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;</p> <p>вести реестр реквизитов клиентов;</p> <p>использовать программные продукты.планировать объемы собственных продаж;</p> <p>устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;</p> <p>использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;</p> <p>формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;</p> <p>планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;</p> <p>использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;</p> <p>предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;</p> <p>опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</p> <p>работать с возражениями клиента;</p> <p>применять техники по закрытию сделки;</p>

суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;

обеспечивать конфиденциальность полученной информации; анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий. оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;

подготавливать документацию для формирования заказа; осуществлять мероприятия по размещению заказа;

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

принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;

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

оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;

соблюдать конфиденциальность информации;

предоставлять клиенту достоверную информацию;

корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;

соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;

обеспечивать баланс интересов клиента и организации;

обеспечивать соблюдение требований охраны. разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;

собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;

планировать работу по выполнению плана продаж;

анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;

анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;

анализировать возможности увеличения объемов продаж;

планировать и контролировать поступление денежных средств;

обеспечивать наличие демонстрационной продукции;

применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;

планировать рабочее время для выполнения плана продаж;

планировать объемы собственных продаж; оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;

разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;

разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;

анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;

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

	<p>анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;</p> <p>вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;</p> <p>вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов. анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;</p> <p>обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;</p> <p>анализировать оборачиваемость складских остатков. составлять отчетную документацию по продажам</p> <p>разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;</p> <p>инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;</p> <p>инициативно вести диалог с клиентом;</p> <p>резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;</p> <p>определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;</p> <p>разрабатывать рекомендации для клиента;</p> <p>собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;</p> <p>анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;</p> <p>проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;</p> <p>вести деловую переписку с клиентами и партнерами;</p> <p>использовать программные продукты.</p>
Знать	<p>специализированных программных продуктов;</p> <p>методики выявления потребностей клиентов. методики выявления потребностей;</p> <p>техники продаж;</p> <p>методик проведения презентаций;</p> <p>потребительских свойств товаров;</p> <p>требований и стандартов производителя. принципов и порядка ведения претензионной работы;</p> <p>ассортимента товаров;</p> <p>стандартов организации;</p> <p>стандартов менеджмента качества;</p> <p>гарантийной политики организации. специализированных программных продуктов</p> <p>методики позиционирования продукции организации на рынке;</p> <p>методов сегментирования рынка;</p> <p>методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции. инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.</p> <p>приказов, положений, инструкций, нормативной документации по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания</p> <p>основ организации послепродажного обслуживания.</p>

--	--

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 380 часов:

в том числе в форме практической подготовки 108 часа.

Из них

на освоение МДК 03.01 – 263 часов,

в том числе самостоятельная работа 70 часов,

промежуточная аттестация - дифференцированный зачет (4, 5 семестр), экзамен 9 часов (6 семестр);

практики, в том числе учебная 36 часов, производственная – 72 часов.

Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен 9 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.							
				Всего	Обучение по МДК				Практики		
					В том числе				Учебная	Производственная	
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
ОК 01.; ОК 02.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 09.; ПК 3.1.; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 3.4.; ПК 3.5.; ПК 3.6.; ПК 3.7.; ПК 3.8.	МДК03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	263	116	184	116	X	70	9			X
	Учебная практика	36	36						36		
	Производственная практика, часов	72	72								72
	Промежуточная аттестация по ПМ.03 - экзамен	9									
	Всего:	380								36	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		
МДК 03.01		
Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	<p>Содержание</p> <p>1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.</p> <p>2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.</p> <p>3. Пути формирования клиентской базы</p> <p>4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ).</p> <p>5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России</p> <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации</p> <p>Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.</p>	10
	Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	3
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	<p>Содержание</p> <p>1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий</p> <p>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»</p> <p>3. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических</p>	10

	средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.	
	4. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	
	5. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	
	6. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	
	7. Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров.	
	8. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	В том числе практических занятий	9
	Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	1
	Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	1
	Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	1
	Практическое занятие 16-17. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	1
	Практическое занятие 18-19. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	1
	Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	1
	Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	1
	Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2
	Самостоятельная работа	20
	Дифференцированный зачет	2
Тема 1.3. Организация и осуществление продаж потребительских товаров	Содержание	9
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. 2. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	9

	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	
	4. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	
	В том числе практических занятий	18
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	6
	Практическое занятие 28-30 Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	6
	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	6
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Содержание	9
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	9
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	
	В том числе практических занятий	18
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	4
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	4
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	4
	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий	6
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание	10
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	3. Методы стимулирования продаж	
	В том числе практических занятий	18
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	6
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	6
	Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	6
Самостоятельная работа		16
Дифференцированный зачет		2
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	6
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	
	В том числе практических занятий	
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам	4
	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	4
Практическое занятие 60-62. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	4	

Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	Содержание	6
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	
	В том числе практических и лабораторных занятий	14
	Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	14
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов	Содержание	8
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	
	В том числе практических занятий	14
	Практическое занятие 66-68. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	4
	Практическое занятие 69-71. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	5
	Практическое занятие 72-76. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	5
Самостоятельная работа		34
Экзамен		9
Учебная практика		36
Производственная практика Виды работ 1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. 2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 3. Оформление витрин и выставок. 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. 5. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. 6. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 7. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. 9. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 10. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. 11. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов. 12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания		72
Экзамен по модулю		9
Всего		380

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет междисциплинарных курсов, оснащенный оборудованием:

68 учебных мест, рабочее место преподавателя, мультимедийный проектор, ноутбук, экран, учебная доска, наглядные учебные пособия по дисциплине, плакаты, дидактические средства обучения

Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд»

Программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013

Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

Лаборатория технического оснащения торговых организаций и охраны труда оснащается:

26 учебными местами, рабочим местом преподавателя, мультимедийным проектором, ноутбуком, экраном, учебной доской, наглядными учебными пособиями по дисциплине, плакатами, дидактическими средствами обучения

Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд»

Программой компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013

Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

Лаборатория товароведения оснащается:

26 учебными местами, рабочим местом преподавателя, мультимедийным проектором, ноутбуком, экраном, учебной доской, наглядными учебными пособиями по дисциплине, плакатами, дидактическими средствами обучения

Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд»

Программой компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013

Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно

AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно

7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

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

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основная литература

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

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

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

3.2.2. Дополнительная литература

1. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15369-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497818>

3.2.3. Интернет – ресурсы

1) www.book.ru

2) <https://urait.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<p>ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p> <p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p> <p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p> <p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p> <p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p> <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>ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров</p> <p>ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием</p>	<p><u>Отлично:</u> – даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены соответствующие задачи; – в ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; – ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; – показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</p> <p><u>Хорошо:</u> – даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания; – в ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов; – ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.</p> <p><u>Удовлетворительно:</u> – даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач студент использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения</p>	<p>Отчет по учебной практике. Текущий контроль в форме: -устного и письменного опроса; – тестирование; – оценки результатов практических занятий; – оценки результатов самостоятельной работы. Промежуточная аттестация: – по МДК в форме дифференцированного зачета; – по учебной практике в форме дифференцированного зачета; – по профессиональному модулю в форме экзамена (квалификационного).</p>

<p>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</p>	<p>расчётов, однако на уточняющие вопросы даны в целом правильные ответы; – при ответах не выделялось главное; – ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; – на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы. <u>Неудовлетворительно:</u> Выставляется обучающемуся, если не выполнены требования, соответствующие оценке «удовлетворительно».</p>	
---	---	--