


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КАМЧАТСКОГО КРАЯ


**КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КАМЧАТСКИЙ КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ И СЕРВИСА»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 02 Осуществление продаж потребительских товаров и
координация работы с клиентами**

по программе подготовки специалистов среднего звена
по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело

г. Петропавловск-Камчатский,
2024 г.

Рассмотрено и одобрено
на заседании методической комиссии
преподавателей
общеобразовательных дисциплин,
специальных дисциплин и мастеров
производственного обучения
филиала, протокол № 1
от «28» августа 2024 г.
Председатель  И.В. Костерина

Утверждаю
Заместитель директора по учебно-
производственной работе
 О.Н. Толоконникова
от «28» августа 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ 02**
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта по специальности
СПО 38.02.08 Торговое дело, утв. Приказом Министерства просвещения
Российской Федерации от 19.07.2023 № 548 (с изм. и доп.)

Организация-разработчик:

филиал КГПОАУ «Камчатский колледж технологии и сервиса»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА, ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	стр. 4-5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА, ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА, ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА	14-16

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля **ПМ 02 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** обучающихся должен освоить следующие виды деятельности:

«Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» и соответствующие им общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по 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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
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 (по выбору)
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием

	цифровых и информационных технологий
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 3.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.9*.	Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий.
ПК. 3.10*	Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; – поиска и выявления потенциальных клиентов; – формирования и актуализации клиентской базы; – проведения мониторинга деятельности конкурентов; – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> – использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи; – сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; – мониторинг и контроль выполнения условий договоров; – анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; – выполнения запланированных показателей по объему продаж; – разработки программ по повышению лояльности клиентов; – разработки мероприятий по стимулированию продаж; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – контроля состояния товарных запасов; – анализа выполнения плана продаж; – информационно-справочного консультирования клиентов; – контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; – обеспечения соблюдения стандартов организации.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; – вести и актуализировать базу данных клиентов; – формировать отчетную документацию по клиентской базе; – анализировать деятельность конкурентов; – определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; – планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; – вести реестр реквизитов клиентов; – использовать программные продукты; – планировать объемы собственных продаж; – устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; – использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; – формировать коммерческое предложение в соответствии с

	<p>потребностями клиента;</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки; – суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; – фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; – обеспечивать конфиденциальность полученной информации; – анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий; – оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; – подготавливать документацию для формирования заказа; – осуществлять мероприятия по размещению заказа; – следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; – принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; – осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; – оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; – осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; – организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; – соблюдать конфиденциальность информации; – предоставлять клиенту достоверную информацию; – корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; – соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; – обеспечивать баланс интересов клиента и организации; – обеспечивать соблюдение требований охраны; – разрабатывать предложения для формирования плана
--	--

продаж товаров;

- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
- анализировать возможности увеличения объемов продаж;
- планировать и контролировать поступление денежных средств;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
- планировать объемы собственных продаж;
- оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
- вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
- вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
- обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
- анализировать оборачиваемость складских остатков;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
- инициативно вести диалог с клиентом;

	<ul style="list-style-type: none"> – резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; – определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; – разрабатывать рекомендации для клиента; – собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; – проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; – вести деловую переписку с клиентами и партнерами; – использовать программные продукты.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – методики выявления потребностей клиентов; – методики выявления потребностей; – технику продаж; – методики проведения презентаций; – потребительские свойства товаров; – требования и стандарты производителя; – принципы и порядок ведения претензионной работы; – ассортимент товаров; – стандарты организации; – стандарты менеджмента качества; – гарантийную политику организации; – специализированные программные продукты; – методики позиционирования продукции организации на рынке; – методы сегментирования рынка; – методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции; – инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; – Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; – Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; – Основы организации послепродажного обслуживания.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля
Всего часов -612,

Из них на освоение ПМ – 282,
в том числе практики - 336, в том числе учебная 174 часов
производственная 162 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.	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		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	146		145	96	X	X	X		X
ПК 3.10, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Товароведение потребительских товаров	68		68	14	X	X	X		
ПК 3.9, ОК 02, ОК 05, ОК 09	Раздел 3. Управление ассортиментом товаров	68		68	30	X	X	X		
	Учебная практика	108	108						108	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	162	162							162
	Всего:	552	270	281	140	X	X	X	108	162

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		145
МДК 02.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		49/96
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	6
	Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	6
	Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование л	
	Пути формирования клиентской базы	
	Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ).	
	Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	
	В том числе практических занятий	
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	12
	Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	9
Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	6	
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	Содержание	6
	Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	6
	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.	
	В том числе практических занятий	24
	Практическое занятие 10. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	3
	Практическое занятие 11. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	3
	Практическое занятие 12. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	3
	Практическое занятие 13. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	3
	Практическое занятие 14. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	3
	Практическое занятие 15. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	3
	Практическое занятие 16. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	3
	Практическое занятие 17. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	3
Тема 1.3.	Содержание	6
Организация	и Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика	6

осуществление продажи потребительских товаров	этапов продаж.	
	Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах	
	Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	
	Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров	
	В том числе практических занятий	9
Практическое занятие 18. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	3	
Практическое занятие 19. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей Предпринимательская деятельность Разработать анкету для рекламной компании Тема направлена на формирование у обучающихся следующих предпринимательских компетенций: Навыки коллективной работы и управления Стратегическое мышление Навыки в области маркетинга Навыки проектного управления Иновативность, гибкость, готовность к изменениям Процессный менеджмент Навыки для подготовки технико-экономического обоснования проекта Персональная эффективность (эффективное личное планирование задач, умение расставлять приоритеты, умение доводить начатое до конца). Аналитические способности Умение видеть риски и возможности	3	
Практическое занятие 20. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	3	
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Содержание	6
	Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	6
	Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию	
	В том числе практических занятий	12
	Практическое занятие 21. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	3
	Практическое занятие 22. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	3

	Практическое занятие 23. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	3
	Практическое занятие 24. Урегулирование спорных вопросов, претензий	3
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание	6
	Позиционирование продукции организации на рынке	6
	Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.	
	Методы стимулирования продаж	12
	В том числе практических занятий	
	Практическое занятие 25. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	
	Практическое занятие 26. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	4
Практическое занятие 27. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	4	
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	6
	Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	6
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие 28. Составление отчетной документации по продажам	4
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	Содержание	6
	Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	6
	В том числе практических	4
	Практическое занятие 29. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	4
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание	7
	Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	7
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие 30. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	4
	Предпринимательская деятельность Разработка плана послепродажного обслуживания клиента. Тема направлена на формирование у обучающихся следующих предпринимательских компетенций: Навыки коллективной работы и управления	

	Стратегическое мышление Навыки в области маркетинга Навыки проектного управления Инновативность, гибкость, готовность к изменениям Процессный менеджмент Навыки для подготовки технико-экономического обоснования проекта Персональная эффективность (эффективное личное планирование задач, умение расставлять приоритеты, умение доводить начатое до конца). Аналитические способности Умение видеть риски и возможности	
Раздел 2. Товароведение потребительских товаров		68
МДК 02.02. Товароведение потребительских товаров		54/14
Тема 2.1.	Содержание	27
Товароведение продовольственных товаров	Теоретические основы товароведения продовольственных товаров: классификация продтоваров, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, факторы, формирующие и сохраняющие качество продтоваров	27
	Товароведение зерномучных товаров: классификация ассортимента, особенности строения зерна, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, сроки и условия хранения, транспортирования и особенности маркировки зерномучных товаров	
	Товароведение свежих и переработанных плодов, овощей и грибов: особенности свежих плодов и овощей как объекта товародвижения, классификация ассортимента, требования к качеству, условиям и срокам хранения, способы консервирования плодоовощной продукции	
	Товароведение вкусовых товаров: классификация ассортимента, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, характеристика основных подгрупп, условия и сроки хранения и особенности маркировки вкусовых товаров	
	Товароведение кондитерских товаров, крахмала, сахара и меда: классификация ассортимента и пищевая ценность, особенности химического состава сахаристых и мучных кондитерских изделий, потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, товароведная характеристика крахмала, сахара и меда, сроки и условия хранения, транспортирования и особенности маркировки	
	Товароведение пищевых жиров: общие сведения о пищевых жирах, особенности химического состава пищевых жиров растительного и животного происхождения, классификация ассортимента, технологии производства, условия и сроки хранения и	

	требования к маркировке	
	Товароведение молока и молочных товаров: классификация ассортимента и пищевая ценность, химический состав, основные потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, товароведная характеристика молока и молочных товаров, условия и сроки хранения, требования к маркировке	
	Товароведение мяса мясных и яичных товаров: классификация ассортимента, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, товароведная характеристика основных подгрупп, условия и сроки хранения и особенности маркировки мясных и яичных товаров	
	Товароведение рыбы и рыбных товаров: основные промысловые семейства рыб, классификация ассортимента и пищевая ценность рыб и нерыбных гидробионтов, химический состав, основные потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, товароведная характеристика молока и молочных товаров, условия и сроки хранения, требования к маркировке	
	В том числе практических занятий	5,5
	Практическое занятие 1-3. Идентификация ассортиментной принадлежности продовольственного товара однородной группы (подгруппы)	1,5
	Практическое занятие 4-6. Особенности маркировки продовольственного товара однородной группы (подгруппы)	1,5
	Практическое занятие 7-9. Определение градации качества продовольственного товара однородной группы (подгруппы)	1,5
	Практическое занятие 10. Расчет естественной убыли продовольственных товаров при хранении	0,5
	Практическое занятие 11. Расчет естественной убыли продовольственных товаров и боя стеклотары при транспортировании Тема направлена на формирование у обучающихся следующих предпринимательских компетенций: Стратегическое мышление Инновативность, гибкость, готовность к изменениям Навыки для подготовки технико-экономического обоснования проекта Персональная эффективность (эффективное личное планирование задач, умение расставлять приоритеты, умение доводить начатое до конца). Аналитические способности Умение видеть риски и возможности	0,5
Тема 2.2.	Содержание	27

**Товароведение
непродовольственных
товаров**

Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: однородные группы непродовольственных товаров, качество и потребительские свойства, факторы, формирующие и сохраняющие качество непродовольственных товаров, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
Товароведение текстильных товаров: классификация ассортимента текстильных волокон, нитей, пряжи и текстильных материалов, основные ткацкие плетения, способы отделки и колористического оформления тканей, классификация их ассортимента.
Товароведение швейно-трикотажных товаров: факторы, влияющие на качество, классификация ассортимента, контроль качества и определение сорта, маркировка, упаковка и хранение, особенности строения и свойства трикотажных полотен
Товароведение обувных товаров: натуральные, синтетические и искусственные материалы для производства обуви, характеристика ассортимента кожаной и резиновой обуви, контроль качества и определение сортности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
Товароведение пушно-меховых и овчинно-шубных товаров: классификация и строение пушно-мехового сырья, основные процессы производства, классификация ассортимента, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
Товароведение хозяйственных товаров из пластмасс: общие сведения о пластических массах, классификация полимеров и пластмасс, ассортимент бытовых изделий из пластмасс, требования к качеству, особенности маркировки, условия хранения
Товароведение товаров бытовой химии: классификация основных подгрупп, требования к качеству и безопасности, маркировка, транспортирование и хранение
Товароведение стеклянных и керамических бытовых товаров: особенности производства, обработка и декорирование, классификация ассортимента, потребительские свойства, оценка качества и определение сортности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
Товароведение парфюмерно-косметических товаров: классификация, основные потребительские свойства, особенности технологии производства, сырье, используемое для изготовления парфюмерно-косметическим товаров, основные потребительские свойства и показатели качества, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
Товароведение мебельных товаров: классификация, материалы для производства мебели (конструкционные, облицовочные, настилочные и т.д.), основные этапы

производство, особенности производства мягкой мебели, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки	
Товароведение бытовых электротехнических товаров: характеристика и классификация основных подгрупп, потребительские свойства, требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки	
Товароведение галантерейных товаров: классификация и товароведная характеристика основных подгрупп, потребительские свойства и требования к качеству, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки	
Товароведение ювелирных товаров: характеристика ассортимента металлов и сплавов, используемых для производства ювелирных изделий, пробирование и клеймение изделий из сплавов драгоценных (благородных) металлов, характеристика ассортимента ювелирных вставок, виды обработки и огранки, классификация ассортимента ювелирных изделий	
Товароведение радиоэлектронных товаров: классификация ассортимента основных подгрупп, товароведная характеристика бытовой аудио- и видеотехники, основные потребительские свойств и требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки	
Товароведение спортивных и рыболовных товаров: классификация ассортимента основных подгрупп, потребительские свойства и требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки	
Товароведение транспортных средств личного пользования: классификация и товароведная характеристика основных подгрупп, потребительские свойства и требования к качеству, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки	
Товароведение школьно-письменных, канцелярских товаров и игрушек: характеристика основных подгрупп, классификация и потребительские свойства, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки	
Товароведение печатных изданий: потребительские свойства книг факторы их формирующие, требования к качеству, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение печатных изданий	
Товароведение художественных товаров: понятие изделий народных художественных промыслов и сувениров, потребительские свойства, классификация и характеристика ассортимента, особенности производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение	
В том числе практических занятий	8

	Практическое занятие 12-14. Идентификация ассортиментной принадлежности одежно-обувных и парфюмерно-косметических товаров	1,5
	Практическое занятие 15-17. Идентификация ассортиментной принадлежности культурно-бытовых и хозяйственных товаров	1,5
	Практическое занятие 18-19. Выявление дефектов (пороков) и определение градации качества (сортности) одежно-обувных товаров Тема направлена на формирование у обучающихся следующих предпринимательских компетенций: Стратегическое мышление Инновативность, гибкость, готовность к изменениям Навыки для подготовки технико-экономического обоснования проекта Персональная эффективность (эффективное личное планирование задач, умение расставлять приоритеты, умение доводить начатое до конца). Аналитические способности Умение видеть риски и возможности	3
	Практическое занятие 20-23. Особенности маркировки парфюмерно-косметических, культурно-бытовых и хозяйственных товаров	1,5
	Практическое занятие 24. Обязательная маркировка непродовольственных товаров. Особенности работы в системе «Честный Знак».	0,5
Раздел 3. Управление ассортиментом товаров		68
МДК 02.03. Управление ассортиментом товаров		38/30
Тема 3.1. Основные понятия в области управления ассортиментом товаров	Содержание	8
	Теоретические основы управления ассортиментом: понятие ассортимента, классификация, свойства и показатели ассортимента, основные направления совершенствования ассортимента, факторы, влияющие на ассортимент потребительских товаров	8
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие 1 Расчет показателей ассортимента	4
Тема 3.2 Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия	Содержание	8
	Стратегии и тактика управления ассортиментом: основные виды конкурентных стратегий, позиционирование магазинов, сегментирование покупателей, выявление потребностей в товаре	8
	Ассортиментная политика розничного магазина: основные понятия, факторы, влияющие на формирование и разработку ассортиментной политики, анализ и	

	улучшение ассортиментной политики	
Тема 3.3. Методы и инструменты управления товарным ассортиментом	Содержание	8
	АВС-анализ: виды, суть метода, порядок проведения, преимущества и недостатки метода, методика стратификации множества элементов	8
	XYZ-анализ: суть метода, порядок проведения, преимущества и недостатки метода. Совмещенный АВС- и XYZ-анализ	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	16
	Практическое занятие 2. Расчет основных показателей ассортимента розничного магазина	4
	Практическое занятие 3. АВС-анализ ассортимента розничного магазина	4
	Практическое занятие 4. XYZ-анализ, совмещенный АВС- и XYZ-анализ ассортимента розничного магазина	4
	Практическое занятие 5. Оценка ассортиментной политики розничного торгового предприятия Тема направлена на формирование у обучающихся следующих предпринимательских компетенций: Навыки коллективной работы и управления Стратегическое мышление Навыки в области маркетинга Инновативность, гибкость, готовность к изменениям Процессный менеджмент Навыки для подготовки технико-экономического обоснования проекта Персональная эффективность (эффективное личное планирование задач, умение расставлять приоритеты, умение доводить начатое до конца). Аналитические способности Умение видеть риски и возможности	4
Тема 3.4. Основы категорийного менеджмента	Содержание	7
	1. Введение в категорийный менеджмент и его философия. Концепция управления категориями товаров (СМ – Category Management). Особенности внедрения и процесс категорийного менеджмента, его основные преимущества и недостатки. Основные этапы перехода на категорийный менеджмент. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте. Организационная концепция категорийного менеджмента	7
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 6. Выполнение расчетов для внедрения принципов	4

	категорийного менеджмента с применением специализированных программных продуктов	
Тема 3.5. Методология категорийного ассортимента	Содержание	7
	Структурирование и выделение категорий в товарном ассортименте. Формирование категорий в ассортименте. Балансировка ассортимента по широте и глубине. Распределение торговых площадей между категориями	7
	Ассортиментная матрица магазина: суть, принципы, правила и этапы формирования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие 7. Составление карточки-кейса и перевод его на язык «категорийного менеджмента».	2
	Практическое занятие 8. Составление портрета категории, выбор конкурентов и алгоритмов решения задачи по кейсу Тема направлена на формирование у обучающихся следующих предпринимательских компетенций: Навыки коллективной работы и управления Стратегическое мышление Навыки в области маркетинга Инновативность, гибкость, готовность к изменениям Процессный менеджмент Навыки для подготовки технико-экономического обоснования проекта Персональная эффективность (эффективное личное планирование задач, умение расставлять приоритеты, умение доводить начатое до конца). Аналитические способности Умение видеть риски и возможности	4
Учебная практика Виды работ 1. Идентификация товаров по ассортиментной принадлежности 2. Расшифровка маркировки. Информационная идентификация 3. Оценка качества. Установление градаций качества и выявление дефектов товара 4. Контроль над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров 5. Организация подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформление ее результатов 6. Оформление документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров 7. Расчет и списание товарных потерь. Разработка мер по предупреждению и сокращению товарных потерь 8. Формирование и анализ торгового ассортимента. Расчёт показателей ассортимента товаров.	108	

<ol style="list-style-type: none"> 9. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов 10. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников 11. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 12. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов 13. Разработка Уникального торгового предложения 14. Подготовка презентации товара, 15. 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. 16. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности 	
<p>Производственная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Общая организационная характеристика оптового / розничного предприятия-базы практики. 2. Схема размещения ассортимента товаров однородных групп. 3. Расчет основных показателей ассортимента. 4. Анализ ассортиментной политики предприятия с учетом факторов, влияющих на формирование ассортимента. 5. Оценка условий приемки товаров, наличия помещений для хранения продукции с отклонениями по количеству и качеству. 6. Соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам. 7. Анализ условия хранения товаров. 8. Изучение товаросопроводительных документов и правильности их оформления. 9. Оценка торговой и производственной маркировки товара. 10. Оценка качественных характеристик товара. 11. Выявление дефектов (пороков) товаров и определение градации качества. 12. Выявление источников товарных потерь и разработка мероприятий по их предупреждению и сокращению. 13. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. 14. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 	<p>162</p>

<ol style="list-style-type: none">15. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности16. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов17. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.18. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции19. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.20. Урегулирование спорных вопросов, претензий.21. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.22. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.23. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов24. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.	
--	--

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинеты «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

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

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

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Бузукова, Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 181 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15602-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544788>

2. Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для среднего профессионального образования / С. Л. Калачев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 478 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12041-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537957>

3. Каращук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию: учебное пособие для среднего профессионального образования / О. С. Каращук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 143 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15823-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544829>

4. Каращук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию: учебное пособие для среднего профессионального образования / О. С. Каращук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 143 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15823-6. — Текст:

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544829>

5. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760>

6. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент учебник для среднего профессионального образования / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15276-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538348>

7. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16956-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538301>

3.2.2. Дополнительные источники

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

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

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1 – ПК 2.5 ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений; – Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; – Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом. 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; – Информировывает клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; – Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости; – Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей; – Применяет приемы работы с возражениями клиента; – Выбирает и обосновывает методы завершения сделки; – Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту. 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>

ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж. 	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ПК 3.7	<ul style="list-style-type: none"> – Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов. 	
ПК 3.8	<ul style="list-style-type: none"> – Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. 	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и 	

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