


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КАМЧАТСКОГО КРАЯ


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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 03 Выполнение работ по профессии
Продавец продовольственных товаров**

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. Голоконникова
от «28» августа 2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ 03 Выполнение работ по профессии Продавец продовольственных товаров** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, утв. Приказом Министерства просвещения РФ 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 03 Выполнение работ по профессии продавец продовольственных товаров

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля **ПМ 03 Выполнение работ по профессии продавец продовольственных товаров**, обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)» и соответствующие ему общи компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 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 использование специализированных программных продуктов
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 3.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию

	покупательского спроса
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<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; – 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;
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> – 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 потребностями клиента; – планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки;

	<ul style="list-style-type: none"> – 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
--	---

	<p>увеличения продаж;</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать рабочее время для выполнения плана продаж; – планировать объемы собственных продаж; – оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; – разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; – разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; – анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров; – анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники; – анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов; – вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; – вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов; – анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; – обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; – анализировать оборачиваемость складских остатков; – составлять отчетную документацию по продажам; – разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; – инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; – инициативно вести диалог с клиентом; – резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; – определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; – разрабатывать рекомендации для клиента; – 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 – 186,

Из них на освоение ПМ – 96,

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

Демонстрационный экзамен – 18 час.

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			
<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. Розничная торговля продовольственными товарами	96	0	96	34	X	X	X			X
	Учебная практика	36	36						36		
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36	36								36
	Промежуточная аттестация	18									
	Всего:	186	72	96	34	X	X	X	36		36

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. Розничная торговля продовольственными товарами		96
МДК 03.01		62/34
Розничная торговля продовольственными товарами		
Тема 1.1.	Содержание	14
Формирование ассортимента товаров	1.Ассортимент товаров. Классификация товаров. Показатели ассортимента торгового предприятия	8
	2.Порядок формирования ассортимента. Категорийный менеджмент. Составление долгосрочных и одноразовых заявок на товары.	
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие 1. Формирование ассортимента товара	3
	Практическое занятие 2. Планирование ассортимента товаров с учетом особенностей торгового предприятия. <u>Предпринимательская деятельность</u> Заполнить заявку на товар 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).	3

	Аналитические способности Умение видеть риски и возможности	
Тема 1.2. Оптовые закупки	Содержание	11
	1.Сущность закупочной работы. Планирование закупок.	8
	2.Выбор поставщиков товара. Критерии отбора поставщиков	
	В том числе практических занятий	3
Практическое занятие 3. Работа с электронными каталогами	3	
Тема 1.3. Управление запасами торговых предприятий	Содержание	11
	1.Причины создания запасов. Классификация запасов.	8
	2.Управление товарными запасами. Проверка документов (сертификатов на продовольственные товары). Условия хранения продовольственных запасов, температурный режим, влажность воздуха.	
	В том числе практических занятий	3
Практическое занятие 4. Расчет товарных запасов	3	
Тема 1.4. Управление товародвижением в сфере товарного обращения	Содержание	8
	1.Понятие и сущность товародвижения	8
	2.Условия рациональной организации процесса товародвижения	
Тема 1.5. Организация розничной продажи товаров	Содержание	11
	1.Содержание розничной продажи товаров	8
	2.Комерческая работа в розничной торговле	
	3.Система быстрого реагирования в розничной торговле	
	4.Виды розничной торговли. Особенности метода самообслуживания	
	В том числе практических занятий	3
Практическое занятие 5. Составление отчета по продажам	3	
Тема 1.6. Коммерческая работа по оптовой продаже товаров	Содержание	11
	1.Организация оптовой продажи товаров	8
	2.Классификация оптовых торговых предприятий. Особенности складских помещений	
3.Методы оптовой продажи товаров. Способы и методы расчета с поставщиками.		

	В том числе практических занятий	3
	Практическое занятие 6. Составление отчетной документации по продажам	3
Тема 1.7. Коммерческое ценообразование в сфере товарного обращения	Содержание	20
	1.Сущность цены и стоимости товара	8
	В том числе практических и лабораторных занятий	12
	Практическое занятие 7. Ценообразование в сфере товарного обращения	4
	Практическое занятие 8. Источники финансирования коммерческой деятельности торгового предприятия	4
	Практическое занятие 9. Изучение коммерческих предложений. Составление коммерческих предложений.	4
Тема 1.8. Материально-техническое обеспечение коммерческой деятельности торгового предприятия	Содержание	10
	1.Материально-техническая база торгового предприятия	6
	2.Пути совершенствования материально-технической базы торгового предприятия	
	3.Проведение инвентаризации материально-технической базы торгового предприятия	
	4.Составление отчета инвентаризации материально-технической базы торгового предприятия. Результаты инвентаризации	
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие 10. Оценка эффективности материально-технической базы	4
<u>Предпринимательская деятельность</u> Поиск инвестиций, как источник развития материально-технической базы 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		

	<p>Персональная эффективность (эффективное личное планирование задач, умение расставлять приоритеты, умение доводить начатое до конца). Аналитические способности Умение видеть риски и возможности</p>	
<p>Учебная практика Виды работ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приемка товаров и контроль за наличием необходимых документов на поступившие товары. Обязанности продавца продовольственных товаров. 2. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов 3. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников 4. Приемка товаров по количеству. Проверка товаров на комплектность и наличие штрих-кода. Приемка товаров по качеству. Проверка и контроль за наличием сопроводительных документов на поступивший товар. 5. Подготовка товаров к продаже, размещению и выкладке. Подготовка товаров к продаже: фасовка сыпучих товаров, оформление ценников 6. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 7. Обслуживание покупателей, консультирование их о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров. 8. Условия хранения, сроки годности, сроки реализации продаваемых продуктов. 9. Подготовка презентации товара, 10. 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. 11. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности 12. Инвентаризация материальнотоварных ценностей 13. Оформление документов по результатам инвентаризации. 14. Составление заявки на товар 15. Участие в составлении долгосрочного договора 	<p>36</p>

<p>16. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий</p> <p>17. Планирование ассортимента товаров с учетом особенностей торгового предприятия.</p>	
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ</p> <p>1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы.</p> <p>2. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия.</p> <p>3. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов</p> <p>4. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.</p> <p>5. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции</p> <p>6. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.</p> <p>7. Приемка товаров и контроль за наличием необходимых документов на поступившие товары. Обязанности продавца продовольственных товаров.</p> <p>8. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов</p> <p>9. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников</p> <p>10. Приемка товаров по количеству. Проверка товаров на комплектность и наличие штрих-кода. Приемка товаров по качеству. Проверка и контроль за наличием сопроводительных документов на поступивший товар.</p> <p>11. Подготовка товаров к продаже, размещению и выкладке.</p> <p>12. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.</p> <p>13. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.</p> <p>14. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов</p> <p>15. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.</p> <p>16. Составление отчета инвентаризации материально-технической базы торгового предприятия.</p> <p>Результаты инвентаризации</p>	<p>36</p>

17. Планирование ассортимента товаров с учетом особенностей торгового предприятия.	
Экзамен по модулю	18

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. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию: учебное пособие для среднего профессионального образования / О. С. Карашук. — 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>

2. 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>

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

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – 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.</p> <p>Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения</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>практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>

ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – Оpoznает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.</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 создания и представления презентаций.</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 соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов 	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
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. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и</p>
ПК 3.8	<ul style="list-style-type: none"> – Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и</p>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – Распознает, анализирует задачу и/или проблему в 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и</p>

	<p>профессиональном и/или социальном контексте;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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). 	<p>поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – 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 	

	<p>государственном языке в соответствии с установленными правилами;</p> <p>– Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.</p>	
ОК 09	<p>– Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;</p> <p>– Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</p> <p>– Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</p> <p>– Кратко обосновывает и объясняет свои действия;</p> <p>– Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.</p>	