

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«МОСКОВСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ТЕХНИКУМ ИМ. Г.Н. АЛЬТШУЛЯ»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПМ.04
«ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ ПРОДАВЕЦ
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»**

для специальности СПО

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Москва 2021

ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией

Коммерции и технологии потребительских


товаров

Разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования


38.02.04 Коммерция

Заместитель директора по учебной работе

Протокол № 1
От «50» августа 2024 г.


/К.М.Кондратьев

Председатель цикловой комиссии


Кожанова О.П.

Составитель (автор): Кожанова О.П., преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ ПРОДАВЕЦ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ И НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): выполнение работ по профессии **Продавец продовольственных и непродовольственных товаров** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Осуществлять приемку товаров и контролировать наличие необходимых сопроводительных документов на поступившие товары.
2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение товаров в торговом зале и выкладку на торгово-технологическом оборудовании.
3. Обслуживать покупателей, консультировать их о качестве, потребительских свойствах товаров, предоставлять достоверную информацию о свойствах отдельных товаров, требованиях безопасности их эксплуатации.
4. Соблюдать условия хранения, сроки годности, сроки хранения и сроки реализации продаваемых товаров.
5. Осуществлять эксплуатацию торгово-технологического оборудования.
6. Осуществлять контроль сохранности товарно-материальных ценностей.
7. Изучать спрос покупателей.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании для профессиональной подготовки и переподготовки продавцов при наличии среднего (полного) общего образования, среднего или высшего профессионального образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- обслуживания покупателей;
- продажи различных групп продовольственных и непродовольственных
- соблюдение правил торговли;
- выполнение технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализаций
- эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда

уметь:

- идентифицировать различные группы, подгруппы и виды продовольственных и непродовольственных товаров
- оценивать качество по органолептическим показателям;
- консультировать о свойствах и правилах эксплуатации товаров;
- оказывать услуги розничной торговли с соблюдением Правил торговли, действующего законодательства, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли:
- расшифровывать маркировку клеймение и символы товаров;
- эксплуатировать торгово-технологическое оборудование, отдельные виды мебели, контрольно-кассовое оборудование, производить подготовку измерительного оборудования:
- обслуживать покупателей:

знать:

- классификацию групп, подгрупп и видов продовольственных и непродовольственных товаров:
- показатели качества, дефекты, упаковку, маркировку и хранение товаров:
- правила торговли
- классификацию торгово-технологического оборудования, правила его эксплуатации
- организационные и правовые нормы охраны труда
- закон о защите прав потребителей:

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 222 часа, в том числе учебной практики – 72 часа.

. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной - **выполнение работ по профессии Продавец продовольственных и непродовольственных товаров**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1	Осуществлять приемку товаров, проверять комплектность наличие сопроводительных документов
ПК 2.	Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.
ПК 3.	.Обслуживать покупателей, консультировать их, предоставлять достоверную информацию о качестве и свойствах товаров.
ПК 4.	Соблюдать условия хранения, сроки годности, сроки реализации товаров.
ПК 5.	Осуществлять контроль сохранности товарно-материальных ценностей.

- ПК 6. Изучать спрос покупателей.
- ПК 7 Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование
- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
- ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
- ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
- ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
- ОК 6 Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителям
- ОК 7 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
- ОК 10 Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь

OK 12

Соблюдать действующее законодательство и
обязательные требования нормативных документов,
а также требования стандартов, технических
условий

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	Объём времени, отведённый на освоение междисциплинарного курса (-ов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка		Самостоятельная работа обучающегося			Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности) часов	
			Всего, часов	в т. ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т. ч. курсовая работа(проект), часов	Всего, часов	в т. ч. курсовая работа(проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9		
	Управление продажами	150	100	42	-	-	-	-		

	Учебная практика в т.ч.:	72	-					72	
ПК 1	Раздел 1. Приемка товаров по количеству и качеству	14	=	-		-		14	
ПК 2 ПК 4	Раздел 2. Хранение, подготовка, размещение и выкладка товаров в торговом зале	12	-	-		-		12	
ПК 5	Раздел 3. Эксплуатация торгового технологического оборудования	10	-	-		-		10	
ПК 3 ПК 7	Раздел 4. Обслуживание покупателей	26	-	-		-		26	

ПК 6	Раздел 5 Контроль за сохранностью товарно- материальных ценностей	10	-	-	-	-	10
	Всего:	222	100 -	-	-	-	72

3.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
-----------------------------	---	-------------	------------------

<p>Введение. Сущность процесса продажи, роль и задачи управления продажами</p>	<p>Сущность, роль, содержание процесса продажи. Задачи управления продажами Продажа - это межличностное взаимодействие, покупателя и продавца. Условия и этапы процесса продажи товаров и услуг в рыночной экономике. Связь курса с другими учебными дисциплинами.</p>	2	2								
	<p>Самостоятельная работа: 1. Сделать рисунок процесса продажи</p>	1									
<p>Тема 1. Поиск покупателей. Активные и пассивные продажи</p>	<p>Необходимость поиска потенциальных покупателей при продаже товара. Типы клиентов. Критерии оценки покупателей при их отборе. Особенности создания клиентской базы. Пассивные продажи. Задачи коммерсанта при пассивных продажах.</p>	2	1,2								
	<p>Практические занятия: Решите ситуаций по определению типа клиента</p> <table border="1" data-bbox="622 895 1749 1031"> <thead> <tr> <th data-bbox="622 895 792 986">№ н/п</th> <th data-bbox="792 895 958 986">Тип клиента</th> <th data-bbox="958 895 1317 986">Краткая характеристика</th> <th data-bbox="1317 895 1749 986">Стратегия коммерсанта</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="622 986 792 1031"></td> <td data-bbox="792 986 958 1031"></td> <td data-bbox="958 986 1317 1031"></td> <td data-bbox="1317 986 1749 1031"></td> </tr> </tbody> </table>	№ н/п	Тип клиента	Краткая характеристика	Стратегия коммерсанта					2	
№ н/п	Тип клиента	Краткая характеристика	Стратегия коммерсанта								
	<p>Самостоятельная работа: 1. Подготовить доклад на тему: Активные и пассивные продажи.</p>	2									
<p>Тема 2. Планирование (стратегии) продаж. Ассортиментная стратегия организации</p>	<p>Основы планирования стратегии продаж Основные функции персонала по реализации плана стратегии продаж Ассортиментная стратегия: сущность ее формирования, сильные и слабые стороны.</p>										

предприятия	Виды конкуренции и ее методы конкурентной борьбы.	2	1,2
	Практические занятия: 1. Анализ сильных и слабых сторон трех конкурирующих Фим по продаже продуктов(рыба, мясо и др.)	2	
	Самостоятельная работа: Разработать правила общения с клиентами по телефону.	2	
Тема 3. Товары в управлении продажами. Упаковка товарами	Ассортимент товаров: производственный и торговый классификация товара. Физические параметры и потребительские свойства товаров. Качество товаров, их выгоды. Анализ АВС. Формирование развитием торгового ассортимента. Управление развитием торгового ассортимента Упаковка товаров. Хранение товаров запасов в магазине.	4	1,2,3
	Практические занятия: Анализ торгового ассортимента трех розничных торговых предприятий по товарам первой необходимости (хлеб, чай, бакалея). Формирование торгового ассортимента для магазинов «рядом с домом».	4	

	<p>Самостоятельная работа:</p> <p>1.Разработать выгоды для отдельных групп товаров 2.Сформировать товарный ассортимент для супермаркета в отделах: «Хлеб», «Бакалея», «Кондитерские товары», «Обувь», «Спортовары».</p>	4	
<p>Тема 4. Этапы процесса продажи товаров, их характеристика</p>	<p>Этапы процесса продажи товаров.</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявление к уточнение потребностей - презентация товаров и фирмы - работа с возражениями и сомнениями потребителей - завершение продажи - выход из контакта с потребителями <p>Сбор и систематизация информации о:</p> <ul style="list-style-type: none"> - товарах - потребителях - ситуации на рынке в целом - конкурентах <p>Формирование трех видов внимания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - произвольное - произвольное - постпроизвольное <p>Вопросы для поддержания беседы. Управление беседой. Формирования собственного позитивного образа.</p>	4	1,2,3
	<p>Практические занятия:</p> <p>Урок на производстве Изучение и анализ этапов процессы продажи товаров. Систематизация информации от товарах (выявление выгод по отдельным товарам). Формирование трех видов внимания.</p>	4	

		Самостоятельная работа: Выявить потребности студентов на ближайшую перспективу. Собрать и систематизировать информацию об отечественном рынке. Продуктов питания.	5	
Тема 5.	Поведение потребителей и организаций	Различия в покупательском поведении потребителей и покупателей. Типы потребителей и способы их визуальной оценки. Процесс принятий решений о покупке. Система оценивания и выбор режима. Факторы, влияющие на процесс принятия решения потребителями. Покупательское поведение организации и факторы, влияющие на него. Рекомендации по управлению различными покупателями.	6	1,2,3
		Практические занятия: Решение ситуации по поведению потребителей и организации.	2	
		Самостоятельная работа: Сформировать три вида внимания (произвольное, непроизвольное, постпроизвольное). Разработать факторы, влияющие на окончательные выбор.	4	
Тема 6.	Мерчандайзинг в управлении продажами	Размещение товаров в торговом зале. Упаковка как элемент мерчандайзинга. Принципы и стандарты выкладки. Приоритетное место в торговом зале.		

	Функции и обязанности мерчандайзера.	2	1,2,3
	Практические занятия: Подготовить доклад по требованиям к выкладке. Разработать функции и обязанности мерчандайзера.	4	
	Самостоятельная работа: Изучение учебной, специальной литературы по вопросам: 1.Расширение форм участия пайщиков в деятельности потребительского общества. 2.Положение о кооперативном участке. 3.Изучение «Концепции развития потребительской кооперации до 2015 г. по вопросу Развитие кадрового потенциала и профессионального образования». 4.Главные конкурентные преимущества, обуславливающие перспективы развития потребительской кооперации.	4	
Тема 7. Техника эффективных продаж	Использование позитивных образов и выгод товаров в ходе консультации. Правила и пространство торга. Понимание сущности покупательского поведения. Порядок подготовки и проверки деловых переговоров. Особенности продажи товаров по телефону.	2	1,2,3

	<p>Практические занятия: Разработка сценария ведения переговоров: - анализ уступок - анализ предложений.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа: Разработать характеристику отдельных типов Клиентов (стр. 135).</p>	2	
<p>Тема 8. Персональные продажи</p>	<p>Задачи, принципы и функции персональных продаж. Современные проблемы в продажах и особенности их осуществления на российском рынке. Успех персональных продаж. Внешний вид продавца и отношение его к продажам. Техника эффективных персональных продаж. Владение техники персональных продаж. Установление отношений с клиентом: - адаптация к типам клиентов; - деловой тип клиента; - психологический тип клиента; Основные причины неэффективных продаж. Визит к клиенту: визуальная и вербальная оценки.</p>	2	1,2
	<p>Практические занятия: Разработка вопросника для проведения диалога между торговым представителем и потребителем с указанием цели.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа:</p>		

	Подготовить доклад на тему: «Задачи, принципы и функции персональных продаж».	2	
Тема 9. Презентация как элемент продвижения товара на рынок	<p>Понятие и сущность презентации. Порядок подготовки и проведения презентации. Структура презентации. Оформление помещений для проведения презентаций. Приемы проведения презентаций.</p> <p>Использование сэмплинга в управлении продажами. Виды и формы сэмплинга. Влияние сэмплинга на рост объемов продаж.</p>	2	1,2,3
	<i>Практические занятия:</i> Презентация как элемент продвижения товаров на рынок.	2	
	<i>Самостоятельная работа:</i> Организация и проведение дегустации продовольственных товаров в РТП.	3	
Тема 10. Методы стимулирования продажи товаров	<p>Стимулирование продажи товаров для привлечения потребителей и увеличения объема продаж.</p> <p>Продажа товаров со скидкой и по сниженным ценам.</p> <p>Дегустация товаров как один из методов стимулирования продажи товаров.</p> <p>Замена старых товаров новыми со скидкой. Организация продажи товаров в кредит. Представление скидки по дисконтным картам.</p> <p>Организация предпраздничных акций и лотерей.</p>	2	1,2,3
	<i>Практические занятия:</i> Организация и проведение дегустации по различным товарным группам.	2	

	<p>Самостоятельная работа:</p> <p>Организовать и провести дегустацию по чаю и кондитерским изделиям.</p>	2	
<p>Тема 11. Реклама и POS-материалы на лисах продаж</p>	<p>Роль рекламы в активизации процесса продажи. Реклама как главный компонент формирования и стимулирования спроса. Виды рекламных средств. Требования предъявляемые к рекламе. Разработка программ проведения рекламных мероприятий. POS-материалы используемые в местах продаж: стикеры, воблеры, мобайлы, диспенеры, шелф-токеры, флаеры, призматронные панел, лайтбоксы, маркизы, жалоны, лифлет, джумон, доужеры, потери, шьеры, сэндвич-мены.</p>	2	1,2,3
	<p>Практические занятия:</p> <p>Подготовка эскизов 3 рекламных средств для проведения рекламной компании.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа:</p> <p>Разработать рекламные материалы для образовательной организации «Московский Кооперативный Техникум».</p>	2	
<p>Тема 12. Роль отдела продаж в управлении продажами. Профессиональные качества продавца</p>	<p>Критерии оценки деятельности отдела продаж. Функциональные обязанности работников. Взаимодействие отдела продаж с другими отделами. Межличностное взаимодействие и стратегии продаж. Профессиональные качества продавца. Факторы подбора персонала (возраст, внешность, психология личности).</p>	2	1,2,3

	<p>Деловые контакты отдела продаж с клиентами:</p> <ul style="list-style-type: none"> - беседы при заключении договоров; - деловые письма, порядок их оформления. 		
	<p>Практические занятия:</p> <p>Разработать профессиональные качества продавца</p> <p>Составить деловое письмо для клиента</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа:</p> <p>Разработать профессиональные качества продавца.</p>	2	
<p>Тема 13. Коммерческое общение</p>	<p>Подготовка к коммерческой беседе. Структура коммерческой беседы.</p> <p>Установление контакта и наука располагать к себе.</p> <p>Диагностика клиента. Сбор информации о потребностях клиента.</p> <p>Техника активного слушания. Мотивирование клиента.</p> <p>Аргументация и нейтрализация возражений. Принятие решения и заключение договора.</p> <p>Типы работы продавцов в ценовых переговорах. Приемы обоснования цены.</p> <p>Уловки и хитрости во время переговоров.</p>	4	1,2,3
	<p>Практические занятия:</p> <p>Разработать перечень распространенных психологических условий и правила эффективных переговоров по телефону.</p>	2	
	<p>Самостоятельная работа:</p> <p>Подготовить доклады на тему: «Обеспеченность российских граждан автомобилями и др. видами бортовой техники</p> <p>Разработать правила активного слушания потребителя</p>	3	

<p>Тема 14. Управление торговым персоналом</p>	<p>Наем и отбор персонала. Подготовка описания работ. Спецификация требований к персоналу. Источники для найма персонала. Организация проведение собеседования.</p>	<p>2</p>	<p>1,2</p>
	<p>Практические занятия: Разработать рекомендации для установления взаимопонимания в ходе собеседования.</p>	<p>2</p>	
	<p>Самостоятельная работа: Разработать вопросник для проведения собеседования при найме на работу коммерсантов.</p>	<p>2</p>	
<p>Тема 15. Контроль за продажами</p>	<p>Цель прогнозов: - расчет продаж на будущее; - прогнозирование объема продаж; - заранее планировать деятельность по продажам. Планирование объемов продаж. Уровни прогнозирования. Качественные приемы прогнозирования: метод изучения потребителей, суждение группы специалистов, прогноз торговых представителей, тестирование продукции. Количественные приемы: скользящая, экспоненциальное выравнивание, анализ временных рядов.</p>	<p>2</p>	<p>1,2</p>
	<p>Практические занятия: Разработать прогнозы продаж отдельных товаров.</p>	<p>2</p>	
	<p>Самостоятельная работа: Разработать шкалу показателей для тестирования товара (по выбору).</p>	<p>2</p>	

Тема 16. Составление бюджета и его оценка	Роль составления бюджета. Бюджет продаж, его распределения. Количественные показатели работы. Качественные показатели работы.	2	1,2
	Практические занятия: Разработать процесс составления бюджета.	2	
	Самостоятельная работа: Сделать рисунок процесса составления бюджета	2	
Тема 17. Брендинг в управлении продажами	Структурные компоненты успешного брендинга. Название марки. Создание образа, использование фонетических средств языка. Значение «каламбура» и люди в названиях. Создание ярких ассоциаций. Слоган; способы создания и возможные ошибки. Упаковка товара: сущность, функции. Принципы успешного продвижения бленда.	4	1,2,3
	Практические занятия: Придумать 5 слоганов для определенного товара и изготовить эскизы Разработать дизайн упаковки для товаров отечественного производства (пельмени, молоко, сметана и др. Продукция Дмитровского молочного завода, Мортадель).	2	
	Самостоятельная работа: Разработать бренды на новые товары (по выбору) и сделать эскиз Придумать 5 слоганов для образовательной организации «Московский кооперативный техникум».	4	
Тема 18. Международные продажи	Роль международного рынка в торговле. Всемирная торговая организация (ВТО) понятие и принципы. Международные продажи: понятие, факторы, культуры, организация.		

		2	1,2
	<i>Практические занятия:</i> Разработать вопросник по культуре международных продаж и специализации отдельных направлений следующих стран мира: Германия, Китай, Япония, Корея, Белоруссия.	2	
	<i>Самостоятельная работа:</i> Подготовить доклад на тему: «Экспорт и импорт товаров народного потребления и услуг» в Российской Федерации.	2	
ВСЕГО		150	

3.3. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объём часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 1. Приемка товаров по количеству и качеству		14	

<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ:</p> <p>1. Ознакомление с учебным магазином, его типом, специализацией, профилем, ассортиментом реализуемых товаров.</p> <p>2. Инструктаж по технике безопасности для продавца; документальное оформление проведения инструктажа по охране труда.</p> <p>3. Ознакомление с видами инвентаря, их назначением, правилами пользования и ухода за ними.</p> <p>4. Анализ правильности оформления сопроводительных документов.</p> <p>5. Отработка приемов вскрытия тары.</p> <p>6. Осуществление приемки товаров по количеству и качеству в соответствии с инструкциями. Приемка товаров в закрытой таре, в поврежденной, без тары. Оценка качества товаров по органолептическим показателям</p> <p>7. Составление вызова представителя поставщика.</p> <p>8. Распознавание дефектов товаров.</p> <p>9. Составление актов на завес тары.</p> <p>10. Идентификация товаров различных товарных групп.</p> <p>11. Документальное оформление приемки товаров.</p>	<p>14</p>	
<p>Раздел ПМ 2. Хранение, подготовка, размещение и выкладка товаров в торговом зале.</p>	<p>12</p>	

<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание оптимальных условия хранения товаров, размещение и укладка товаров на хранение 2. ознакомление с видами инвентаря, правилами пользования и ухода за ними. 3. Овладение основными операциями, подготовки товаров к продаже 4. Расшифровка маркировки, клеймение и символов по уходу 5. Организация рабочего места продавца 6. Размещение товаров в торговом зале 7. Осуществление выкладки товаров на торгово-технологическом оборудовании 8. Овладение навыками упаковывания разных групп товаров 9. Ознакомление с безопасными условиями труда 10. Оценка достаточности количества и ассортимента товаров, для обеспечения их бесперебойной продажи 11. Подготовка торгового зала к работе 12. Составление текстов рекламных объявления: для газеты, для радио 13. Оформление ценников на товары и проверка наличия всех реквизитов 14. Оформление витрин 	12	
Раздел ПМ 3. Эксплуатация торгово-технологического оборудования	10	
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Идентификация отдельных видов торговой мебели и торгового инвентаря учебного магазина 2. подготовка к работе весоизмерительного оборудования 	10	

<p>3. Отработка техники взвешивания товаров на весах различных типов</p> <p>4. Подготовка рабочего места контролера-кассира</p> <p>5. Работа на контрольно-кассовом оборудовании</p> <p>6. Оформление документации кассира-операциониста</p> <p>7. Анализ эффективности использования площади торгового зала</p>		
<p>Раздел ПМ 4. Обслуживание покупателя</p>	<p>26</p>	
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отработка навыков обслуживания покупателей: встреча, выявление потребностей, предложение и показ товаров, консультирование покупателей о свойствах товаров, предложение новых и взаимозаменяемых товаров сопутствующего ассортимента 2. Решение ситуаций по применению правил продажи отдельных видов товаров 3. Осуществление продажи продовольственных и непродовольственных товаров с учетом их особенностей и соблюдением установленных требований 4. Отработка навыков обслуживания покупателей: встреча, выявление потребностей, предложение и показ товаров, информирование покупателей, о способах и условиях использования товаров, предложение новых и взаимозаменяемых товаров, а также сопутствующего ассортимента, расчет за покупку 5. Решение ситуации по защите прав потребителей 6. Составление анкеты для опроса покупателей 7. Проведение анкетирования с целью изучения покупательского спроса 	<p>26</p>	

Раздел ПМ 5. Контроль за сохранностью товарно-материальных ценностей	10	
Учебная практика Виды работ: <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с правилами отбора проб, приемочными и браковочными числами 2. Расчет различных видов товарных потерь 3. Документальное оформление списание товарных потерь 4. Определение перечня мероприятий по предупреждению товарных потерь 	10	
ВСЕГО:	72	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению
Реализация профессионального модуля предполагает наличие:

учебного кабинета:

-учебный магазин

лаборатории:

- технического оснащения торговых организаций и охраны труда.

Материально-техническое обеспечение учебных кабинетов и лабораторий.

Учебный магазин:

- торгово-технологическое оборудование, торговый инвентарь
- продовольственные товары
- непродовольственные товары
- справочно-информационные материалы
- комплект учебно-методической документации

Лаборатория технического оснащения торговых организаций и охраны труда

- комплект ученической мебели;
- торгово-технологическое оборудование;
- справочно-информационные материалы;
- комплект учебно-методической документации

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебную практику целесообразно проводить в кабинетах и лабораториях образовательного учреждения, оснащенных необходимым оборудованием и техническими средствами обучения под руководством преподавателя данного модуля. Отдельные занятия могут проводиться в действующих организациях (встречи и беседы со специалистами, экскурсии и др.). Учебная практика проводится рассредоточено путем чередования её с занятиями в рамках профессионального модуля. Формы отчетности по результатам учебной практики определяются образовательным учреждением (дневник-отчет, отчет и др.)

Руководство практикой по профилю специальности осуществляют руководители практики от образовательного учреждения (преподаватели) и руководители практики от организации. Формы отчетности по результатам практики по профилю специальности определяются образовательным учреждением (дневник-отчет). Аттестация по итогам производственной практики по профилю специальности проводится на основании документов соответствующих баз практики.

Обучающиеся имеют право, по всем вопросам, возникшим в процессе освоения профессионального модуля обращаться к администрации техникума, преподавателям, руководителям практики, вносить предложения по совершенствованию образовательного процесса и организации учебной и производственной практики. Формы проведения консультаций определяются образовательным учреждением. Освоению данного профессионального модуля должны предшествовать изучение профессиональных модулей «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью», «Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров», дисциплины «Документальное обеспечение управления»

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Осуществлять приемку	- правильность решения	Зачет по учебной прак

<p>товаров и контроль за наличием необходимых сопроводительных документов на поступившие товары</p>	<p>ситуации по приемке товаров по количеству и качеству в соответствии с нормативно-технической документацией</p> <p>- соответствие оформленных документов по количеству и качеству предъявляемым требованиям</p>	<p>по разделу 1</p>
<p>Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку</p>	<p>- правильность и четкость выполнения работ по подготовке товаров к продаже в соответствии с предъявляемыми требованиями и установленными правилами</p> <p>- правильность и четкость выполнения работ по размещению товаров в торговом зале, выкладке на торговом оборудовании в соответствии с предъявляемыми требованиями и установленными правилами</p>	<p>Зачет по учебной пр по разделу 3</p>
<p>Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров</p>	<p>- правильность и четкость выполнения работ по обслуживанию покупателей в соответствии с действующими правилами торговли</p> <p>- предоставление покупателям достоверной информации о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров в соответствии с</p>	<p>Зачет по учебной пр по разделу 4</p>

	нормативно-правовой документации	
Соблюдать условия хранения, сроки годности, сроки хранения и сроки реализации продаваемых продуктов	- положительная экспертная оценка руководителя практики по профилю специальности по формированию профессиональной компетенции	Экспертная оценка руководителя практики по профилю специальности
Осуществлять эксплуатацию торгово-технологического оборудования	- эксплуатация торгово-технологического оборудования в соответствии с предъявляемыми требованиями, правилами техники безопасности	Зачет по учебной практике по разделу 3
Осуществлять контроль	- правильность и точность расчета	Зачет по учебной практике

<p>сохранности товарно-материальных ценностей</p>	<p>товарных потерь в соответствии с нормами естественной убыли</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность решения ситуации по предупреждению товарных потерь - соответствие оформленных документов по списанию товарных потерь предъявляемыми требованиями 	<p>по разделу 5</p>
<p>Изучать спрос покупателей</p>	<ul style="list-style-type: none"> - своевременность и полнота информации о покупательском спросе, полученная в ходе проведения анкетирования 	<p>Зачет по учебной работе по разделу 4</p>
<p>Эксплуатировать торговое технологическое оборудование</p>	<p>1. Эксплуатация торгового технологического оборудования в соответствии с предъявляемыми требованиями, правилами техники безопасности</p>	<p>Зачет по учебной работе</p>

Итоговый контроль		Экзамен квалификационн

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

3. Условия реализации учебной дисциплины

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета управления продажами.

Оборудование учебного кабинета:

- комплект учебной мебели;
 - рабочее место преподавателя;
 - учебная литература;
 - учебно-методические материалы;
 - справочная документация;
 - комплект учебно-наглядных пособий;

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор
- экран
- компьютер с лицензионным программным обеспечением.

Реализация программы дисциплины должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным, преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Источники

1. Гражданский кодекс Р.Ф. Часть I, II
2. Федеральный закон «Об акционерных обществах»
3. Федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках»
4. Федеральный закон «О защите прав потребителя»
5. Федеральный закон «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения»
6. Федеральный закон «О рекламе»

Основная литература

1. Кузнецов И.Н. Управление продажами: Учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2021
2. Клочкова М. С., Е. Ю. Логинова, А. С. Якорева. Мерчандайзинг. - М.: 2017
3. Парамонова Т. Н. Маркетинг: Учебник. - М: Кнорус, 2016

Дополнительная литература

1. Андрузия Д. Стань брендом. – М.: 2016
2. Багаев А.Н. Школа продаж: Как завоевать клиента. – Ростов н/Д, 2016
3. Вагин И.О. Академия продаж. – М.: 2015
4. Добротворский И. Тренинг профессиональных продаж. – М.: 2018
5. Козырев А.А. Мотивация потребителей. – СПб.: 2018
6. Лыгина Н.И., Макарова Т.Н. Поведение потребителей: Учебник. – М.: 2015
7. Скуднова Н.И. Управление отделом продаж. – М.: 2016.
8. Федько, Н. Г. Федько, В. П. Поведение потребителей: Учеб. Пособие/ В. Харт. – М., 2015
9. Харт, В. Создание успешного бренда: Как управлять мотивацией потребителя / В. Харт. – М., 2015
10. Хилл, Н. Думай и богатей /Н Хилл. – Минск, 2018
11. Хопкинс, Т. Умение продавать/ Т. Хопкинс. – М., 2015

Интернет-ресурсы

1. www.consultant.ru – СПС «Консультант+»
2. Электронный ресурс: Сайт «Бизнес журнал» Форма доступа: www.100ideas.ru
3. 2. Электронный ресурс: Сайт журнала «Свой бизнес» Формы доступа: www.business-magzine.ru
4. 3. Электронный ресурс: Сайт журнал «Энциклопедия маркетинга». Формы доступа: www.marketing.spb.ru

4.Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, контрольных работ, тестирования, индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
– выявлять активных и пассивных покупателей для обеспечения целей организации; – изучать поведение покупателей и потребителей с целью активного внедрения из в процесс продаж; – владеть техникой мерчандайзинга в собственных организациях с целью привлечения большего количества потребителей; – организовывать и проводить презентации для успешного продвижения товаров и услуг на рынки.	Экспресс-опросы, фронтальные устные опросы, тестирование, решение ситуационных задач, контрольные работы, зачет по темам, внеаудиторная самостоятельная работа, работа с литературой, выполнение индивидуальных заданий.
Знания:	
-соответствие типов клиентов определения краткой характеристике	Экспресс-опросы, фронтальные

<p>отдельных типов клиентской базы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – соответствии стратегий коммерсантов основным целям организации; – четкость обоснования применения отдельных средств маркетинговых коммуникаций для достижения поставленных задач; - соответствие правил размещения и выкладки товаров; - правильность определения «золотого треугольника» в торговом зале; – -соответствие разработанного отчета маркетингового исследования предъявляемым требованиям; соответствие оформлению номер для проведения презентации – -правильность выбора товара для презентации. 	<p>устные опросы, тестирование, решение ситуационных задач, контрольные работы, зачет по темам, внеаудиторная самостоятельная работа, работа с литературой, выполнение индивидуальных заданий.</p>
---	--