

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Первякова Светлана Владимировна
Должность: Директор колледжа СКФУ в г. Ставрополе
Дата подписания: 18.06.2026 15:28:11
Уникальный программный ключ:
63a18c373da05c089b08fcc89c468af301900f17

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

Колледж СКФУ в г. Ставрополе

Методические указания к практическим занятиям

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

МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Форма обучения очная

Ставрополь

Методические указания для практических занятий по ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

В методических указаниях для практических занятий содержатся цели и задачи практической работы, формулировка задания, основное содержание по проведению расчетов, рекомендуемая литература. Предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 38.02.08 Торговое дело.

Разработчик:

Дрижд Н.А., канд. техн. наук, преподаватель колледжа СКФУ в г. Ставрополе

Пояснительная записка

Особое значение для усвоения содержания модуля и привития практических навыков имеет правильная и четкая организация проведения и выполнения студентами практических расчетных работ под контролем преподавателя.

Перед началом выполнения каждой работы студенты должны ознакомиться с ее основными положениями, порядком выполнения работы.

По каждой практической работе предусматривается индивидуальный отчет по выполнению работы

В результате освоения модуля обучающийся должен:

уметь:

- 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;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию;
- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений.

Знать:

- 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 РФ в области работы с конфиденциальной информацией;
- Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;
- Основы организации послепродажного обслуживания.

Практическое занятие № 1-4

Тема 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации

- **Цель работы:** Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий. Задачи и преимущества формирования клиентской базы. Пути формирования клиентской базы. Информация для формирования клиентской базы. Структура клиентской базы. Программы для формирования клиентской базы

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, так же выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

- 1) Задачи и преимущества формирования клиентской базы.
- 2) Пути формирования клиентской базы.
- 3) Информация для формирования клиентской базы.
- 4) Структура клиентской базы. Программы для формирования клиентской базы.

Контрольные вопросы

- 5) Что нужно знать о покупателях для формирования клиентской базы.
- 6) Каковы методы создания клиентской базы.
- 7) Какое программное обеспечение используется для регулирования отношений с потребителями.

Практическое занятие № 5-7

Тема 1. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение специфики телефонных переговоров для эффективного взаимодействия с клиентами.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, так же выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Отличие телефонных переговоров от других видов переговоров
2. Планирование телефонных переговоров
3. Законы и правила ведения телефонных переговоров и продаж

Практическое задание

1. Назовите основную структуру телефонных переговоров. Составьте схему структуры телефонных переговоров.
2. Назовите краткий перечень того, что не следует и что следует делать в тот момент, когда в вашем офисе звонит телефон. Результаты анализа представьте в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Допустимое и недопустимое общение по телефону

Не следует	Следует

Контрольные вопросы

- 1) Особенности организации и ведения телефонных переговоров:
- 2) Входящий звонок. Профессиональная презентация продукта по телефону
- 3) Исходящий звонок. Что говорить, когда вы звоните своему клиенту?
- 4) Записи телефонных переговоров

Практическое занятие № 10-11

Тема 2. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по сбору и обработке информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

- 1) Что такое сквозные цифровые технологии
- 2) Какие инструменты включают в себя сквозные цифровые технологии
- 3) Дайте характеристику различным видам сквозных цифровых технологий
Назовите преимущества сквозных цифровых технологий. Результаты представьте в виде табл. 2.

Таблица 2 – Характеристика преимуществ сквозных цифровых технологий

Перечень преимуществ	Характеристика преимуществ и достоинств сквозных цифровых технологий

Контрольные вопросы

1. Каково применение сквозных цифровых технологий в розничной торговле
2. Есть ли будущее у сквозных цифровых технологий

Практическое занятие № 12-13

Тема 2. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении (УТП).

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по формулировке ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, так же выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме:

1. Что такое уникальное торговое предложение
2. Каковы Отличия уникального торгового предложения от акции и позиционирования
3. Преимущества и особенности УТП – уникального торгового предложения

Задание 1. Приведите примеры известных уникальных торговых предложение. Составьте уникальное торговое предложение по предложенной преподавателем группе товаров.

Задание 2. Составьте схему пяти этапов создания уникального торгового предложения

Контрольные вопросы

4. Какие задачи решает разработка уникального торгового предложения
5. 5 этапов создания уникального торгового предложения
6. Как проверить уникальное торговое предложение
7. Типичные ошибки при составлении УТП
8. Универсальные формулы и примеры уникального торгового предложения в рекламе

Практическое занятие 14-15.

Тема 2. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по формированию портфеля коммерческих предложений.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и выполнение самостоятельной работы.

Опрос по теме:

1. Каковы Цели эффективного плана продаж
1. Как планировать продажи
2. Что входит в план продаж

Задание 1. Создайте несколько различных типов планов продаж, воспользовавшись примерами:

Примеры планов продаж:

1. **30–60–90-дневный план продаж.** Этот план продаж определяется не темой, а временными рамками. Создаётся три цели: одна на 30 дней, вторая на 60 дней и третья на 90 дней. Так можно сосредоточиться на достижении краткосрочных целей и эффективнее отслеживать прогресс.

2. **План продаж с ориентацией на маркетинг.** Обычно план продаж уже согласован с маркетингом. Но вы можете создать план с ориентацией на маркетинг. При составлении плана обратите основное внимание на описание и анализ профилей идеальных клиентов. Согласовывайте информацию, которую отдел продаж даёт клиентам, с маркетинговыми сообщениями.
3. **План расширения рынка.** План расширения рынка определяет перечень задач и целевые показатели при выходе на новый рынок или в регион. Этот тип плана продаж предназначен для работы с целевым рынком в новом городе или стране. Обычно учитываются затраты на дистрибуцию, разница в часовых поясах между торговыми представителями и целевыми покупателями, а также логистические факторы.
4. **План продаж нового продукта.** Если вы запускаете новый продукт, составьте план продаж специально для него. Важно провести конкурентный анализ, определить стратегию продаж, укрепить позиционирование бренда и привлечь партнёров.

Задание 2. Воспользовавшись Интернетом, рассмотрите шаблоны (образцы) планов продаж.

Контрольные вопросы

- 1) Каковы цели создания планов продаж
- 2) Какая нужна информация для создания плана продаж
- 3) Какие разделы включает план продаж

Практическое занятие 16-17.

Тема 2. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по организации и проведению деловых переговоров, оформлению и анализу результатов.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Основы и специфика делового общения
2. Как применять знания по ведению переговоров на практике?
3. Как вести переговоры?
4. Принципы ведения переговоров
5. Виды и формы деловых переговоров

Задание 1. Составьте алгоритм проведения переговоров в виде схемы.

Задание 2. Составьте программу переговоров по закупке товаров (табл.3).

Таблица 3 – План программы переговоров по закупке товаров для розничного торгового предприятия

Время	Мероприятие	Адрес	Ответственный	Телефон

Контрольные вопросы

- 1) Правила и особенности деловых переговоров
- 2) Основные правила деловых переговоров

3) Профессиональная этика деловых разговоров

Практическое занятие 18-19.

Тема 2. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Рынок предложения туристских услуг как деятельность компаний-туроператоров и компаний-турагентов.
2. Основные методы управления персоналом: командный; экономический; метод отождествления.
3. Управление туристическими компаниями на основании принципов проектного менеджмента.

Контрольные вопросы

1. Центры выручки (центры продаж) туристском бизнесе в туристском бизнесе
2. Основные понятия в первичных документах по оказанию туристических услуг

Практическое занятие 20-21.

Тема 2. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.

Цель работы: Цель занятия – обобщение теоретических знаний и практических навыков по использованию интернет-вещей.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Как Интернет вещей (IoT) может использоваться для оптимизации торговых процессов
2. В каких направлениях развивается «Интернет вещей».
3. Как интернет вещей поможет магазинам продавать

Контрольные вопросы

- 1) Что такое интернет вещей
- 2) История развития интернета вещей
- 3) Применение интернет вещей
- 4) Как работает Интернет вещей
- 5) Виды Интернета вещей: Потребительский, Коммерческий

Практическое занятие 22-23.

Тема 2. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.

Цель работы: Цель занятия – обобщение теоретических знаний и практических навыков по оформлению витрин и выставок.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, а также выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Что такое эффективный выставочный стенд.
2. Каковы правила оформления витрин и выставок

Практическое задание

Дайте характеристику Интерактивным технологиям для выставок. Обоснуйте возможность использования их для вашего предприятия торговли.

Контрольные вопросы

- 1) Назовите Виды интерактивных технологий для современных выставок
- 2) Каковы Преимущества интерактивных технологий в проведении выставки

Практическое занятие 24-25.

Тема 2. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчендайзинговых подходов

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчендайзинговых подходов.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, а также выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Сущность и значение мерчендайзинга, его цели и задачи
2. Принципы, законы, концепция мерчендайзинга
3. Сегментация площади торгового зала
4. Понятия выкладки товаров и точки продаж
5. Принципы и правила выкладки

Задание 1. Оценить внешний вид магазина с целью определения и планирования мероприятий мерчендайзинга.

Для планирования мероприятий мерчендайзинга сначала следует оценить внешний вид магазина – что в нем хорошо, а что можно улучшить. Такую работу можно провести путем опроса покупателей, по результатам которого можно составить предварительный список мер по улучшению торгового процесса в конкретном магазине.

В рамках существующего подхода необходимо выполнить нижеследующие действия.

1. Провести опрос покупателей магазина по предлагаемой форме (прил. 1).
2. Подсчитать количество баллов и результаты опроса интерпретировать по следующей методике.

Расчет по количеству баллов проводится на основании ответов одного респондента. Исходя из количества опрошенных респондентов, результаты должны корректироваться с учетом усредненных оценок:

- *45–50 баллов* – руководство магазина, а также торговый персонал следует похвалить, а самая лучшая похвала – это внимание покупателей к магазину и товару в нем;
- *40–44 балла* – руководство магазина, а также торговый персонал на правильном пути, но, скорее всего, следует доработать концепцию магазина или больше времени уделять столь важным для покупателя мелочам. Необходимо начать с составления списка того, что можно улучшить в первую очередь, далее разработать поэтапный план приведения магазина в соответствии с выбранной (или по необходимости доработанной) концепцией;
- *25–39 баллов* – безусловно, руководству магазина и торговому персоналу есть над чем работать. Следует придерживаться системного подхода – стратегия, концепция, позиционирование, товарная и ценовая политика, мерчандайзинг. При необходимости – повышать профессиональный уровень и уровень квалификации торгового персонала и руководящих работников;
- *11–24 балла* – надо подготовиться к серьезной работе, так как в данном случае, скорее всего, не учитываются конкуренция в районе деятельности магазина, низкий уровень качества торгового обслуживания и т. п.;
- *10 баллов* – руководству магазина и торговому персоналу необходимо задуматься о том, стоит ли дальше продолжать работать в розничной торговле, хотя существуют возможности и ресурсы что-либо изменить в данном магазине.

Задание 2. Представить соответствующие выводы, касающиеся внешнего вида магазина как первого уровня трехуровневой концепции мерчандайзинга.

На примере конкретного магазина оценить его внешний вид и разработать предложения по его улучшению по форме табл. 4.

Таблица 4 - Рекомендации по совершенствованию внешнего вида магазина

Характеристика магазина	Сильные стороны	Слабые стороны	Рекомендации
Доступность			
Прилегающая территория			
Наличие парковки			
Название, слоган (при наличии)			
Вывеска			
Витрины			
Входная зона			
Цветовое оформление			
Освещение			
Запах, музыка			
Торговое оборудование			

Практическое занятие 26-27.

Тема 3. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по взаимному влиянию поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продаж.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Суть психологии продаж
 2. Принципы психологии офлайн-продаж
 3. 5 эффективных приемов воздействия на потенциальных клиентов
 4. Психология продаж в Интернете
 - 5 приемов для увеличения онлайн-продаж
- Психология холодных продаж по телефону
Психология продаж по переписке

Задание 1. Дайте характеристику методов влияния на покупателя, которые могут использоваться для успешных продаж. Результаты подставьте в виде табл. 5.

Таблица 5 – Характеристика методов влияния на покупателей

Категория метода	Характеристика
Психологический	
Социальный	
Логический	
Взаимодействие с клиентами	

Задание 2. Составьте классическую схему продаж.

Контрольные вопросы

- 1) 5 приемов для увеличения онлайн-продаж
- 2) Психология холодных продаж по телефону
- 3) Психология продаж по переписке
- 4) Как использовать психологию покупателей для увеличения продаж

Практическое занятие 28-30

Тема 3. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий. Работа предполагает

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам, практическое задание и выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Презентация товара — как один из главных этапов продажи.
2. Основная цель процесса презентации товара

Практическое задание

Задание 1. Представьте этапы презентации с комментариями.

Задание 2. Назовите Возможные ошибки при проведении презентации

Контрольные вопросы

1. Назовите виды презентаций товара.
2. Каковы техники проведения презентаций товара.
3. Как использовать психологию покупателей для увеличения продаж

Практическое занятие 31-33.

Тема 3. Работа с возражениями в процессе продажи товаров

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по вопросам возражений в процессе продаж товаров.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, так же выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Что представляют собой выражения в процессе продаж и по каким причинам они возникают.
2. Назовите виды возражений и их характеристику.
3. Каковы причины возникновения возражений.

Задание 1. Ситуации по разбору возражений в процессе продажи товаров. Сделайте подробный разбор ситуаций по предложенным возражениям (табл. 6).

Таблица 6 – Методы и техники работы с возражениями

Вид возражения	Возможные методы и действия по устранению возражения
1. Это слишком дорого	
2. У меня нет денег	
3. У меня уже есть поставщик	
4. Я подумаю	
5. Ничего не нужно	

Задание 2. Изложите этапы работы с возражениями. Представьте в виде схемы.

Контрольные вопросы

- 1) Этапы работы с возражениями
- 2) Ошибки при работе с возражениями.
- 3) Особенности работы с возражениями в Интернете.

Практическое занятие 34-35.

Тема 4. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по организации процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, так же выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Назовите функции розничной торговли
2. Цели и задачи розничной торговли
3. Классификация розничной торговли
4. Правила розничной торговли

Задание 1. Изучите способы увеличения розничных продаж. Результаты представьте в табл. 7.

Таблица 7 – Способы увеличения розничных продаж

Способы увеличения продаж	Характеристика способов увеличения продаж
Способ 1. Выложить товар на золотую полку	
Способ 2. Провести необычную горячую акцию	
Способ 3. Распространить в магазине правильный запах	
Способ 4. Разбить товары на четыре списка	
Способ 5. Наладить более тесное общение с покупателем	
Способ 6. Устроить соревнование среди продавцов	
Способ 7. Познакомить продавцов с принципами Джо Верди	

Контрольные вопросы

- 1) Ответственность за нарушение правил торговли
- 2.) Тенденции развития розничной торговли
- 3) Организация контроля движения товаров

Практическое занятие 36-37.

Тема 4. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по продажам дополнительных услуг торгового предприятия.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Сущность дополнительных услуг в торговле
2. Классификация дополнительных услуг в торговле
3. Разработка и применение дополнительных услуг на предприятиях торговли

Задание 1. Используя ГОСТ Р 51304-2022. Услуги торговли. Общие положения, изучите общие положения оказания услуг в торговле (табл. 8).

Таблица 8 – Общие положения оказания услуг в торговле

Торгово-технологический процесс оказания услуг торговли	Дополнительные услуги розничной торговли	Операции по реализации товаров	Услуги по оказанию помощи в приобретении товаров	Информационные и консультационные услуги
1	2	3	4	5

Задание 2. Используя ГОСТ Р 51304-2022. Услуги торговли. Общие положения, изучите требования к услугам торговли (табл. 9).

Таблица 9 – Требования к качеству услуг торговли

Номенклатура Показателей качества услуг торговли	Требования к услугам торговли
1. Показатели социальной адресности	
2. Показатели функционального назначения	
3. Показатели информативности	
4. Показатели эргономичности	
5. Показатели эстетичности	
6. Показатели культуры торгового обслуживания	

Контрольные вопросы

- 1) Какова номенклатура показателей качества услуг в торговле
- 2) Назовите виды дополнительных услуг в торговле

Практическое занятие 38-39.

Тема 4. Оказание содействия клиентам в процессе продажи

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по оказанию содействия в процессе продажи.

Семинар предполагает устную беседу по предложенным вопросам и решение практических заданий, так же выполнение самостоятельной работы.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

Задание 1. Разработайте стратегии удержания клиентов для торговой организации.

В стратегии отразите:

- ☐ Удовлетворенность клиентов
- ☐ Персонализация
- ☐ Эффективная коммуникация

- ☐ Программы лояльности
- ☐ Исключительное обслуживание клиентов
- ☐ Качественные продукты и услуги
- ☐ Дополнительные услуги
- ☐ Прислушиваться к отзывам клиентов и реагировать на них
- ☐ Создание сообществ

Подведение итогов: ответьте письменно на вопросы:

- Преимущества удержания клиентов
- Персонализированная коммуникация
- 1. Программа лояльности
- 2. Исключительное обслуживание клиентов
- 3. Регулярное взаимодействие
- 4. Сбор обратной связи
- 5. Удивление и восторг
- 6. Исключительность
- 7. Непрерывное совершенствование
- 8. Построение долгосрочных отношений

Практическое занятие 40-41.

Тема 4. Урегулирование спорных вопросов, претензий

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по урегулированию спорных вопросов, претензий. Работа предполагает беседу по предложенным вопросам и практическое задание.

Порядок выполнения работы:

1. Что такое претензия и в каких случаях она возникает.
2. Что такое добровольный претензионный порядок.
3. Что такое обязательный претензионный порядок.
4. Претензионный порядок защиты прав потребителей

Задание 1. Используя учебные пособия, лекции изложите:

- Алгоритм работы с претензиями клиентов;
- Способы урегулирования спорных вопросов;
- Документальное оформление претензий.

Задание 2. Изучите Закон РФ “О защите прав потребителей” в части претензий от клиентов и решения этих вопросов.

Задание 3. Решите предложенные ситуации, используя Закон РФ “О защите прав потребителей”:

Ситуация 1. Алексей заказал ноутбук. Когда товар приехал на склад, Алексей забрал его — коробку он при этом не распечатывал и товар на месте не смотрел.

Продавец дал Алексею товарный чек, где было написано, что потребитель «все проверил и претензий не имеет».

Довольный Алексей приехал домой, открыл коробку и обнаружил на крышке макбука царапины и потертости. Он вернулся в магазин, потребовал забрать ноутбук и вернуть ему деньги.

Вопрос. Должен ли продавец забрать товар и вернуть покупателю деньги?

Ситуация 2. Активные граждане объединились в общественную организацию для защиты прав потребителей.

Представители организации приезжают в розничный магазин, проводят проверку и находят ошибочные ценники, товары с истекшим сроком годности.

По результатам проверки организация направляет акт с требованием об уплате штрафа за нарушения закона.

Вопрос. Должен ли магазин уплатить штраф?

Ситуация 3. ООО «Сурок» оформила доверенность на работника и отправила его в магазин закупиться канцтоварами: бумагой, журналами, стикерами.

Когда работник сдавал купленные вещи на склад своей компании, обнаружил брак — бумага для печати оказалась в разводах.

ООО «Сурок» отправила претензию продавцу: потребовала забрать бракованную бумагу и вернуть деньги, ссылаясь при этом на закон «О защите прав потребителей».

Вопрос. Надо ли выполнить требования ООО «Сурок»?

Ситуация 4. Дмитрий заказал кухню из дерева, срок гарантии на нее был 2 года. Через 2,5 года корпус ящиков стал рассыпаться — кухня буквально развалилась.

Дмитрий обратился за товароведческой экспертизой, которая показала, что был производственный брак. Дмитрий обратился к продавцу, потребовал заменить мебель.

Вопрос. Должен ли продавец заменить кухню?

Ситуация 5. Евгений купил в магазине печенье со вкусом черники. Он расплатился, ушел домой, потом вернулся и потребовал вернуть деньги, потому что на чернику у него аллергия. Упаковка товара целая, он ее не вскрывал.

Вопрос. Надо ли забрать печенье и вернуть деньги Евгению?

Контрольные вопросы

1) Укажите Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя:

- устранение недостатка товара — по письменному соглашению сторон, не более ____ дней;
- устранение недостатка услуги — в разумный срок, назначенный потребителем - ____;
- замена некачественного товара на новый — не более ____ дней;
- соразмерное уменьшение покупной цены товара, цены за выполненную работу (оказанную услугу), возмещение расходов на исправление недостатков товара, работы (услуги), возврат уплаченной за товар, работу (услугу) — 10 дней.

Практическое занятие 42-45.

Тема 5: Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по сбору, анализу и систематизации данных по объемам продаж. Работа предполагает беседу по предложенным вопросам и **практическое задание**.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

- 1) Предмет анализа объема продаж
- 2) Виды анализа объема продаж
- 3) Основные методы анализа объема продаж
- 4) Анализ объема продаж: пошаговое руководство

Задание 1. Рассмотрите метод ABC анализа на примере продаж небольшой розничной торговой точки. Исходные данные представлены в готовой таблице 10.

Наименование	Объем продаж,	Доля	Доля продаж	Категория
--------------	---------------	------	-------------	-----------

	тыс. руб.	продаж, %	нарастающим итогом, %	ABC
Бакалея	15 000	44	44	A
Напитки	10 000	29	74	A
Кондитерские изделия	6 000	18	91	B
Мясо	2 000	6	97	C
Рыба	1 000	3	100	C

Сделайте анализ продаж продукции, выделив самые прибыльные группы товаров; и нерентабельные группы товаров.

Задание 2. Дайте характеристику различных методов анализа продаж. Результаты представьте в табл. 11. Это один из главных индикаторов результативности функционирования предприятия. Чтобы оценить его, следует учесть все доходы, расходы и прибыль. Его можно вести как комплексное исследование или изучать по отдельным категориям.

В результате можно будет получить развитие, снижение или стагнацию изучаемых показателей в сравнении с предыдущим периодом. В рамках оценки стоит рассмотреть несколько значений.

Таблица 11 – Характеристика методов анализа продаж

Методы анализа продаж	Характеристика метода продаж
KPI	
ABC	
SWOT	
XYZ	
Показатель среднего чека	

Контрольные вопросы

- 1) Изложите методы анализа продаж
- 2) Что такое контрольная проверка объема продаж

Практическое занятие 46-49.

Тема 5. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по разработке программы стимулирования клиента для увеличения продаж. Работа предполагает беседу по предложенным вопросам и **практическое задание**

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Что такое стимулирование продаж?
2. Плюсы и минусы стимулирования продаж
3. 8 методов стимулирования сбыта

Задание 1. Проведите анализ стимулирования продаж, выявляя плюсы и минусы.

Результаты представьте в виде табл. 12.

Таблица 12 – Сравнительная характеристика стимулирования продаж

Плюсы стимулирования продаж	Минусы стимулирования продаж

Контрольные вопросы

- 1) Как оценить эффективность стимулирования продаж
- 2) Назовите этапы Плана реализации программы стимулирования продаж

Практическое занятие 50-52.

Тема 5. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по расчету эффективности мероприятий по стимулированию продаж. Работа предполагает беседу по предложенным вопросам **и практическое задание**

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

- 1) Что такое стимулирование продаж и когда его применяют
- 2) Ценовые методы стимулирования продаж
- 3) Неценовые методы стимулирования продаж
- 4) Как повысить эффективность метода
- 5) Как оценить результаты

Задание 1. Решите предложенные ситуационные задачи:

1 вариант

Компания «Добрый дом» производит и реализует мебель, которая пользуется спросом на региональном рынке. В период проведения акции «Уютный дом» с марта по апрель компания планирует выдать 15000 подарочных купонов номиналом 1000 рублей. Ожидаемый коэффициент выкупа составит 8%. Затраты на раздачу каждого купона – 20 рублей. Прибыль на единицу продукта – 500 рублей. В результате акции продажи увеличились на 600 шт/неделю. Сколько недель потребуется на то, чтобы акция окупилась?

2 вариант

Салон красоты «Мечта» организовал стимулирование продаж купонами стоимостью 300 рублей. В рамках акции было распространено 30 000 купонов. По расчетам специалистов отдела маркетинга ожидаемый коэффициент выкупа составит 6%. Затраты на раздачу каждого купона – 40 рублей. Прибыль на единицу продукта – 290 рублей. В результате акции продажи увеличились на 2000 ед/неделю. Сколько недель потребуется на то, чтобы акция окупилась?

3 вариант

В период проведения акции торговая сеть «Атлант» по продаже бытовой техники планирует выдать 150 000 подарочных купонов номиналом 200 рублей за каждую потраченную 1000 руб. ожидаемый коэффициент выкупа составит 8%. Затраты на раздачу каждого купона – 8 рублей. Прибыль на единицу продукта – 150 рублей. В результате акции продажи увеличились на 6 000 шт/неделю. Сколько недель потребуется на то, чтобы акция окупилась?

Контрольные вопросы

- 1) Основные проводки по учету расходов на продажу
- 2) Документальное оформление продажи и отпуска товаров и готовой продукции
- 3) Автоматизация учета в организациях общественного питания

Практическое занятие 53-55.

Тема 6. Составление отчетной документации по продажам

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по составлению отчетной документации по продажам. Работа предполагает беседу по предложенным вопросам.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Необходимость составления отчета по продажам
2. Особенности отчета по продажам по времени
3. Какие показатели нужно контролировать и анализировать

Задание 1. Задание для самостоятельной работы

1. Напишите эссе на одну из предложенных тем, указав аргументы в поддержку Вашей точки зрения:

- Можно ли в современном мире обойтись без документов?
- Роль и значение документов в современном мире /обществе/ для конкретного человека.
- Как будут работать с документами в будущем?
- Бумажные или электронные документы?

В зависимости от того, какая задача стоит перед руководителем отдела продаж, он может составлять отчет:

- по видам выпускаемой продукции;
- по клиентской базе;
- по каналам сбыта, подразделениям и менеджерам;
- по бюджету продаж: план-факт-выполнение.

Для каждого вида следует разработать отдельный шаблон, определить периодичность составления, назначить ответственных за аналитику данных.

Контрольные вопросы

- 1) Типы отчетов по продаже
- 2) Что такое Pipeline (пайплайн)

Практическое занятие 56-59.

Тема 6: ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы. Работа предполагает беседу по предложенным вопросам.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

Роль гостиничных услуг в развитии экономики

Задание 1. Осуществите Проведение ABC XYZ анализа по четким шагам представленных ниже.

Шаг 1: определите цель ABC XYZ анализа

Многие воспринимают ABC XYZ анализ как инструмент, но это не вещь в себе. Вы применяете ABC XYZ анализ для того, чтобы увеличить продажи. Вот перечень целей, которые ставят обычно наши клиенты:

- ☐ Изучить ключевых клиентов для определения параметров квалификации;
- ☐ Увеличить среднюю стоимость договора;
- ☐ Улучшить работу с поставщиками;
- ☐ Оптимизировать товарную матрицу.

Шаг 2: Выбираете объекты ABC XYZ анализа

Определите какие объекты базы вы анализируете:

- ☐ кол-во точек продаж;
- ☐ кол-во клиентов в базе;
- ☐ кол-во заказов за период.

Шаг 3: Определите критерии ABC XYZ анализа

Выберите параметры, по которым будете анализировать базу:

Для ABC анализа:

- ☐ объем продаж за год;
- ☐ прибыль от продаж за год;
- ☐ количество заказов за период.

Для XYZ анализа:

- ☐ регулярность заказов

Шаг 4: Рассчитайте нарастающий итог значения критерия ABC XYZ анализа

Шаг 5: Присвойте категорию объектам анализа в порядке их вклада в результат

Контрольные вопросы

- 1) Что можно определить с помощью ABC XYZ анализа
- 2) Какова цель ABC XYZ анализа

Практическое занятие 60-62.

Тема 6. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя —CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по формированию отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя —CRR, среднего дохода на покупателя – ARC). Работа предполагает беседу по предложенным вопросам.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Что такое NPS (индекс потребительской лояльности)
2. Зачем нужен NPS
3. Определение NPS
4. Когда использовать NPS
5. Как рассчитать NPS в B2B
6. Плюсы NPS

7. Минусы NPS

8. Как улучшить показатели NPS

Задание 1. Подготовьте сообщения по следующим группам клиентов:

1. Промоутеры

2. Нейтралы

3. Критики

Задание 2. Рассчитайте индекс потребительской лояльности, используя формулу:

$$NPS = \% \text{ промоутеров} - \% \text{ критиков}$$

Условие: торговое предприятие опросило 150 клиентов, получив такую разбивку:

- ☐ Промоутеры — 70 (30,4 %).
- ☐ Нейтралы — 130 (56,5 %).
- ☐ Критики — 30 (13 %).

Контрольные вопросы

- 1) Как улучшить показатели NPS
- 2) Как рассчитать индекс лояльности клиентов

Практическое занятие 63-65.

Тема 7. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости

Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по анализу состояния складских остатков и их оборачиваемости. Работа предполагает практическое задание

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Что такое товарно-материальные запасы
2. Что такое оборачиваемость запасов

Задача 1.

Рассчитайте среднюю норму и норматив товарных запасов по складу магазина на основе данных таблицы 13:

Таблица 13

Товарные группы	Розничный товароборот, тыс.руб.		Норма ТЗ,	Норматив ТЗ, тыс..руб.
	квартальный	среднедневной	дни	
А	1	2	3	4
Молоко и молочные продукты	108		3	
Мясо и мясные продукты	170		11	
Мука и крупа	82		27	
Прочие	210		33	
Итого				

Контрольные вопросы

1. Понятие и экономическая сущность товарных запасов
2. Классификация товарных запасов
3. Нормирование и управление товарными запасами, пути ускорения оборачиваемости

4. Показатели и факторы, используемые при анализе, учете и планировании товарных запасов
5. Методы анализа и учета товарных запасов на торговом предприятии

Практическое занятие 66-68.

Тема 8. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по разработке рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. Работа предполагает беседу по предложенным вопросам.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Основные виды товарных рекомендаций
2. Персональные рекомендации
3. Какие задачи решают товарные рекомендации

Контрольные вопросы

- 1) Дайте характеристику двум видам товарных рекомендаций: персональных и неперсонализированных
- 2) Общие принципы составления блоков товарных рекомендаций

Практическое занятие 69-71.

Тема 8. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по разработке плана послепродажного обслуживания. Работа предполагает практическое задание

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Что такое послепродажное обслуживание
2. Направления и Стратегия послепродажного обслуживания покупателей
3. Обратная связь от клиентов
4. Стимулирование на повторную покупку
5. Как организовать послепродажное обслуживание. Ошибки в организации

Задание 1. Дайте характеристику этапам процесса послепродажного обслуживания

Направления послепродажного обслуживания	Характеристика
1. Техническая поддержка	
2. Обучение и консультация	
3. Постгарантийный ремонт	
4. Гарантийное обслуживание	
5. Монтаж оборудования и настройка его работы	
6. Обратная связь и улучшение проекта	
7. Консультация по любым вопросам	

Контрольные вопросы

1. Перечислите ошибки в организации постпродажного обслуживания
2. Какова стратегия постпродажного обслуживания

Практическое занятие 72-76.

Тема 8. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия

Цель работы: Цель занятия – рассмотрение и закрепление основных теоретических вопросов и понятий по анализу уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. Работа предполагает беседу по предложенным вопросам.

Порядок выполнения работы:

1. Записать тему и цель практической работы.
2. Изучить методические рекомендации
3. Выполнить задания (устный опрос, заполнение первичных документов по теме занятия).

Опрос по теме

1. Сущность, роль и значение качества обслуживания населения
2. Основные показатели качества торгового обслуживания населения
3. Методы определения эффективности качества торгового обслуживания
4. Анализ качества торгового обслуживания
5. Анализ основных экономических показателей
6. Анализ технологического процесса торгового обслуживания
7. Анализ факторов, влияющих на качество торгового обслуживания

Задание 1. Составьте анкету-опрос по выявлению уровня удовлетворённости клиента качеством представленных услуг торгового предприятия по следующим направлениям (на выбор):

- ☐ определить, насколько потребители довольны товаром в целом: сравнить взгляд сотрудников компании с ожиданиями клиентов;
- ☐ увидеть приоритеты, способствующие возможности улучшения;
- ☐ сформировать базы данных для деятельности системы управления качеством;
- ☐ повысить показатели удержания клиентов;
- ☐ обобщить имеющиеся у них ценности;
- ☐ оставаться в рамках требований стандарта ISO 9000.

Контрольные вопросы

1. Пути повышения качества торгового обслуживания
2. Практические рекомендации по повышению качества торгового обслуживания

Литература

Основная литература:

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. - 3-е изд., доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 477 с. - (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

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

Дополнительная литература:

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

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru/> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн».
2. <http://www.consultant.ru> – СПС «Консультант-Плюс».
3. <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=499523> © Библиофонд

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Колледж СКФУ в г. Ставрополе

УТВЕРЖДАЮ

И. о. директора института
экономики и управления
Ушвицкий Л.И.

**Методические указания
к самостоятельной работе**

**ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.02 ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

к междисциплинарным курсам

МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

Специальность Специальность 38.02.08 Торговое дело

Форма обучения очная

Ставрополь

Методические указания для самостоятельной работы по междисциплинарному курсу **МДК 02.03**
Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров
составлены в соответствии с требованиями ФГОС и предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 38.02.08 Торговое дело в целях закрепления теоретического материала и приобретения практических навыков по данному модулю.

Разработчик Кочанова Л.И., преподаватель колледжа СКФУ в г. Ставрополе

1. Пояснительная записка

Методические указания призваны оказывать помощь студентам в изучении основных понятий, идей, теорий и положений дисциплины, изучаемых в ходе конкретного занятия, способствовать развитию их умений, навыков и профессиональных компетенций. Методические указания предназначены для студентов специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Целью самостоятельной работы учащихся является овладение основными знаниями умениями и навыками в соответствии с требованиями ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

В результате освоения междисциплинарного курса **МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров**

обучающийся должен **иметь практический опыт:**

- применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров;
- решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий;
- применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров;
- осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров;
- выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров;
- разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров;
- выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных;
- подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использованием современных баз данных;
- организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов;
- оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации;
- регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров;
- систематизации данных о фактическом уровне качества товаров;
- оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров;

анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий.

уметь:

- применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;
- идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров;
- оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов;

- идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров;
 - применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности;
 - оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов;
 - устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;
 - выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации;
 - реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров;
 - обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных;
 - проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов;
 - организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты;
 - анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;
 - применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;
 - устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;
- реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.

знать:

- классификацию продовольственных и непродовольственных товаров;
- методы и способы кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;
- обязательных требований к маркировке потребительских товаров;
- основные понятия в сфере товароведения потребительских товаров;
- технические требования и градации качества потребительских товаров, установленных в нормативно-технической документации;
- обязательные требования к маркировке потребительских товаров;
- факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров;
- условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;
- дефекты потребительских товаров; товарных потерь и способы их сокращения;
- законодательство Российской Федерации и ЕАЭС в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия;
- современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров;
- основные методы оценки качества и безопасности потребительских товаров;
- организацию проведения экспертизы товаров и оформления ее результатов;
- сквозные цифровые технологии, применяемые в сфере обеспечения качества и безопасности товаров;
- ассортимент товаров, показатели ассортимента и факторы, влияющие на его формирование;
- приоритетные направления совершенствования ассортимента товаров;
- основные положения категорийного менеджмента;
- специфику процесса управления в категорийном менеджменте;
- алгоритм разработки ассортиментной матрицы товарной категории;
- порядок формирования категорий в ассортименте;
- структуру ABC – и XYZ – анализа;
- классификации продовольственных и непродовольственных товаров;
- методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением

- цифровых технологий;
- обязательных требований к маркировке потребительских товаров;
сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров.

2. Виды и содержание самостоятельной работы студента, формы контроля

№	Наименование разделов и тем дисциплины, их краткое содержание	Форма контроля	часы
1	Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров Тема 3.2. Идентификация потребительских товаров Самостоятельная работа обучающихся Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	2
2	Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров Тема 3.3. Методы определения показателей качества товаров Самостоятельная работа обучающихся Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение основных положений ГОСТа «ТУ». Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	2
3	Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров Тема 3.4. Основы экспертизы потребительских товаров Самостоятельная работа обучающихся Работа с основной и дополнительной литературой. <i>Изучение основных правил и методов проведения экспертизы качества потребительских товаров.</i> <i>Подготовка к практическим занятиям.</i>	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	2
	ИТОГО		6

3. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

При изучении профессионального модуля **Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров**

и освоения междисциплинарного курса **МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров** обучающийся должен освоить основной вид деятельности. Учебным планом предусмотрены аудиторные занятия (лекции и практические), а также самостоятельная работа студентов (СРС) по изучению основной, дополнительной и нормативной литературы.

Основными формами работы и контроля СРС в данном модуле является самостоятельное изучение основного и дополнительного теоретического материала по темам, представленным в рабочей программе дисциплины. Отчет по данной форме контроля представляется в форме конспекта. Данное мероприятие сочетает письменную и устную формы деятельности студента; выявляет аналитические умения, навыки выделения смысловых центров текста.

Оценка знаний с помощью собеседования

Проверка знаний материала лекционных и практических занятий проводится в виде собеседования. Предполагается, что отдельные вопросы тем дисциплины изучаются студентами самостоятельно. Знания указанных вопросов проверяется наличием конспектов, отчетов по практическим занятиям и собеседованием. Вопросы к собеседованию приведены в ФОСе.

Собеседование - наиболее распространенный метод контроля знаний учащихся, вариант текущей проверки, процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных возможностей усвоения учащимися учебного материала.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу с преподавателем на темы изучаемой дисциплины в виде собеседования.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции: ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5. Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить лекционный материал, материалы практических занятий, а также вопросы, выносимые на самостоятельное изучение.

Данное оценочное мероприятия проводится на практических занятии на основании материалов и знаний, полученных на лекциях, а также при изучении основной и дополнительной литературы. Для подготовки к данному оценочному мероприятию студенту необходимо подготовить устные ответы на вопросы собеседования, либо законспектировать данные ответы в тетрадь. При подготовке к испытанию студенту предоставляется право пользоваться своими конспектами.

При подготовке к собеседованию студент должен:

1. Предварительно повторить теоретический материал темы (тем) по которой проводится устный опрос.
2. Ознакомиться с заданием, уяснить его фабулу и поставленные вопросы.
3. Продумать логику и последовательность изложения материала. Ответы на поставленные вопросы должны быть аргументированными.

При оценке устных ответов студентов по дисциплине учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Рекомендации по самостоятельному изучению литературы по темам дисциплины

Самостоятельная работа является важнейшим элементом учебного процесса, так как это один из основных методов освоения учебной дисциплины и овладения навыками профессиональной деятельности.

На лекциях преподаватель знакомит студентов с основными положениями темы, а дальнейшее усвоение материала связано с самостоятельной работой. Развитие умений самостоятельной работы происходит в процессе подготовки к занятиям. Развиваются умения самостоятельного поиска, отбора и переработки информации. Этому способствуют разные формы постановки заданий для подготовки к занятию – количество вопросов и их формулировка, указание конкретных источников, разделов, страниц – или предоставление студентам возможности самостоятельного поиска. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Студентам необходимо:

- вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. В рабочих конспектах лекций желательно оставлять поля, на которых делаются пометки при изучении рекомендованной литературы;

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;

- на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на сайте кафедры или выданный персонально (таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;

- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

Для подготовки к лекциям, а также для самостоятельного или более глубокого изучения теоретического материала, излагаемого на лекционных занятиях по дисциплине, следует использовать литературу, приведенную в конце методических указаний.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;
- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-техническую документацию в области теплогазоснабжения и вентиляции;
- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;
- в ходе практического занятия давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;
- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

4. Критерии оценивания компетенций:

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если выставляется студенту, если в процессе проведения собеседования он показывает исчерпывающие знания, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; использует в ответе дополнительный материал; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, необходимые практические компетенции не сформированы.

5. Информационное обеспечение реализации программы

5.1 Печатные издания

1. Аксенова, Л. И. Товароведение непродовольственных товаров: учебное пособие / Л. И. Аксенова, Н. А. Сариева, Г. В. Герлиц. - Минск: РИПО, 2020. - 450 с. - ISBN 978-985-7234-20-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1215087> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Григорян, Е. С. Товароведение: учебное пособие / Е.С. Григорян. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 265 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014008-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1234692> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Замедлина, Е. А. Товароведение и экспертиза товаров: учебное пособие / Е.А. Замедлина. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2022. — 156 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9557-0269-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1862604> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. 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, 2022. — 478 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12041-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491121>
5. Косарева О.А. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров: учебник [12+] / О.А. Косарева. – Москва» Университет Синергия, 2020. – 452с.: ил. – режим доступа: по подписке. – Текст: электронный // URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=617835>
6. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15369-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497818>
7. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 405 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15276-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491545>
8. Николаева, М. А. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров: учебник / М.А. Николаева, М.А. Положишникова. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 461 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016019-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077751> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
9. Николаева, М. А. Организация и проведение экспертизы и оценки качества продовольственных товаров: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Николаева, Л. В. Карташова. - Москва: Норма: ИНФРА-М, 2021. - 320 с.: ил. - (Ab ovo). - ISBN 978-5-91768-939-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1174607> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
10. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное

образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

5.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Павлова, Т. С. Основы товароведения продовольственных товаров: учебное пособие / Т.С. Павлова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 221 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014724-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817875> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник для образовательных учреждений СПО / О. В. Памбухчиянц. — 3-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 268 с. - ISBN 978-5-394-03745-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091543> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Макарова, Н. В. Товароведение продовольственных товаров и продукции общественного питания : учебное пособие для СПО / Н. В. Макарова, Т. О. Быкова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 184 с. — ISBN 978-5-4488-1265-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/106865.html>

4. Минько, Э. В. Оценка качества товаров и основы экспертизы : учебное пособие для СПО / Э. В. Минько, А. Э. Минько. — Саратов : Профобразование, 2023. — 221 с. — ISBN 978-5-4488-0157-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/70616.html>

5. Минько, Э. В. Теоретические основы товароведения : учебное пособие для СПО / Э. В. Минько, А. Э. Минько. — Саратов : Профобразование, 2022. — 156 с. — ISBN 978-5-4488-0148-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/70617.html>

6. Рябкова, Д. С. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров: учебник для СПО / Д. С. Рябкова, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 226 с. — ISBN 978-5-4488-1053-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/131419.html>

7. Скрыбина, О. В. Товароведение продовольственных товаров: рыба и рыбные продукты : учебное пособие для СПО / О. В. Скрыбина, Д. С. Рябкова, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 89 с. — ISBN 978-5-4488-1533-1, 978-5-4497-1728-3. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/122335.html>

8. Стрижевская, С. Л. Товароведение продовольственных товаров. Практикум: учебное пособие / С. Л. Стрижевская, Е. В. Жвания. - 2-е изд., стер. - Минск: РИПО, 2021. - 125 с. - ISBN 978-985-7253-64-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854756> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

9. Янушевская, М. Н. Аудит систем качества и сертификация: учебное пособие для

СПО / М. Н. Янушевская. — Саратов: Профобразование, 2021. — 102 с. — ISBN 978-5-4488-0926-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/99923>

5.3. Дополнительные источники

1. Федеральный Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей».
2. Федеральный Российской Федерации от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
3. Федеральный Закон Российской Федерации от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».
4. Федеральный закон № 41-ФЗ от 26.03.1998 «О драгоценных металлах и драгоценных камнях».
5. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки».
6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».
7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».
8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности».
9. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».
10. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции».
11. Приказ Министерства промышленности и торговли от 1 марта 2013 года № 252 «Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания».
12. ГОСТ 31460-2012 «Кремы косметические. Общие технические условия».
13. ГОСТ Р 50962-96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия».
14. ГОСТ 30649-99 «Сплавы на основе благородных металлов ювелирные. Марки».
15. ГОСТ Р ИСО 11648-1-2009 «Статистические методы. Выборочный контроль нештучной продукции. Часть 1. Общие принципы».
16. ГОСТ Р ИСО 11648-2-2009 «Статистические методы. Выборочный контроль нештучной продукции. Часть 2. Отбор выборки сыпучих материалов».
17. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://www.gost.ru>
18. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. <http://www.interstandart.ru>
19. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество». www.stq.ru

20. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей
«www.spros.ru

21. Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза <http://www.znaytovar.ru>.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Колледж СКФУ в г. Ставрополе

УТВЕРЖДАЮ

И. о. директора института
экономики и управления
Ушвицкий Л.И.

**Методические указания
к самостоятельной работе**

по профессиональному модулю

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

**МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация
работы с клиентами**

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Форма обучения очная

Ставрополь 2025

Методические указания для самостоятельной работы по междисциплинарному курсу МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами составлены в соответствии с требованиями ФГОС и предназначены для студентов, обучающихся по специальности: 38.02.08 Торговое дело в целях закрепления теоретического материала и приобретения практических навыков по данному модулю.

Разработчик Дрижд Н.А., канд. техн. наук, преподаватель колледжа СКФУ в г. Ставрополе

1. Пояснительная записка

Методические указания призваны оказывать помощь студентам в изучении основных понятий, идей, теорий и положений дисциплины, изучаемых в ходе конкретного занятия, способствовать развитию их умений, навыков и профессиональных компетенций. Методические указания предназначены для студентов специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Целью самостоятельной работы учащихся является овладение основными знаниями умениями и навыками в соответствии с требованиями ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

В результате освоения междисциплинарного курса **МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами**

обучающийся должен **иметь практический опыт:**

- 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;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию;
- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений.

Знать:

- 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 РФ в области работы с конфиденциальной информацией;
- Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;
- Основы организации послепродажного обслуживания.

2. Виды и содержание самостоятельной работы студента, формы контроля

№	Наименование разделов и тем дисциплины, их краткое содержание	Форма контроля	часы
1	Практическое занятие № 1-4 Тема 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации Самостоятельная работа обучающихся Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	10
2	Практическое занятие № 5-7 Тема 1. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение основных положений ГОСТа «ТУ». Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	10
3	Практическое занятие № 10-11 Тема 2. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. Самостоятельная работа обучающихся Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение основных правил и методов сбора и обработки информации о потребностях клиента. Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	10
4	Практическое занятие № 12-13 Тема 2. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении (УТП). Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	10

5	Практическое занятие 14-15. Тема 2. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	8
6	Практическое занятие 16-17. Тема 2. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	8
7	Практическое занятие 18-19. Тема 2. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов. Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	8
8	Практическое занятие 20-21. Тема 2. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов. Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	8
9	Практическое занятие 22-23. Тема 2. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	8
10	Практическое занятие 24-25. Тема 2. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчендайзинговых подходов Работа с основной и дополнительной литературой. Изучение алгоритма идентификации потребительских товаров Подготовка к практическим занятиям.	Собеседование Проверка конспектов Отчет по практическим занятиям	8
	ИТОГО		88

3. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

При изучении профессионального модуля ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» и освоения междисциплинарного курса **МДК. 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** обучающийся должен освоить основной вид деятельности. Учебным планом предусмотрены аудиторные занятия (лекции и практические), а также самостоятельная работа студентов (СРС) по изучению основной, дополнительной и нормативной литературы.

Основными формами работы и контроля СРС в данном модуле является самостоятельное изучение основного и дополнительного теоретического материала по темам, представленным в рабочей программе дисциплины. Отчет по данной форме контроля представляется в форме конспекта. Данное мероприятие сочетает письменную и устную формы деятельности студента; выявляет аналитические умения, навыки выделения смысловых центров текста.

Оценка знаний с помощью собеседования

Проверка знаний материала лекционных и практических занятий проводится в виде собеседования. Предполагается, что отдельные вопросы тем дисциплины изучаются студентами самостоятельно. Знания указанных вопросов проверяется наличием конспектов, отчетов по практическим занятиям и собеседованием. Вопросы к собеседованию приведены в ФОСе.

Собеседование - наиболее распространенный метод контроля знаний учащихся, вариант текущей проверки, процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных возможностей усвоения учащимися учебного материала.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу с преподавателем на темы изучаемой дисциплины в виде собеседования.

Предлагаемые студенту задания позволяют проверить компетенции: ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5. Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить лекционный материал, материалы практических занятий, а также вопросы, выносимые на самостоятельное изучение.

Данное оценочное мероприятия проводится на практических занятии на основании материалов и знаний, полученных на лекциях, а также при изучении основной и дополнительной литературы. Для подготовки к данному оценочному мероприятию студенту необходимо подготовить устные ответы на вопросы собеседования, либо законспектировать данные ответы в тетрадь. При подготовке к испытанию студенту предоставляется право пользоваться своими конспектами.

При подготовке к собеседованию студент должен:

1. Предварительно повторить теоретический материал темы (тем), по которой проводится устный опрос.
2. Ознакомиться с заданием, уяснить его фабулу и поставленные вопросы.
3. Продумать логику и последовательность изложения материала. Ответы на поставленные вопросы должны быть аргументированными.

При оценке устных ответов студентов по дисциплине учитываются следующие критерии:

5. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
6. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
7. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.

8. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

Рекомендации по самостоятельному изучению литературы по темам дисциплины

Самостоятельная работа является важнейшим элементом учебного процесса, так как это один из основных методов освоения учебной дисциплины и овладения навыками профессиональной деятельности.

На лекциях преподаватель знакомит студентов с основными положениями темы, а дальнейшее усвоение материала связано с самостоятельной работой. Развитие умений самостоятельной работы происходит в процессе подготовки к занятиям. Развиваются умения самостоятельного поиска, отбора и переработки информации. Этому способствуют разные формы постановки заданий для подготовки к занятию – количество вопросов и их формулировка, указание конкретных источников, разделов, страниц – или предоставление студентам возможности самостоятельного поиска. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям

Изучение дисциплины требует систематического и последовательного накопления знаний, следовательно, пропуски отдельных тем не позволяют глубоко освоить предмет. Студентам необходимо:

- вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. В рабочих конспектах лекций желательно оставлять поля, на которых делаются пометки при изучении рекомендованной литературы;

- перед каждой лекцией просматривать рабочую программу дисциплины, что позволит сэкономить время на записывание темы лекции, ее основных вопросов, рекомендуемой литературы;

- на отдельные лекции приносить соответствующий материал на бумажных носителях, представленный лектором на сайте кафедры или выданный персонально (таблицы, графики, схемы). Данный материал будет охарактеризован, прокомментирован, дополнен непосредственно на лекции;

- перед очередной лекцией необходимо просмотреть по конспекту материал предыдущей лекции. При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале опять не удалось, то обратитесь к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на практических занятиях.

Для подготовки к лекциям, а также для самостоятельного или более глубокого изучения теоретического материала, излагаемого на лекционных занятиях по дисциплине, следует использовать литературу, приведенную в конце методических указаний.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Студентам следует:

- приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию;
- до очередного практического занятия по рекомендованным литературным источникам проработать теоретический материал, соответствующей темы занятия;

- при подготовке к практическим занятиям следует обязательно использовать не только лекции, учебную литературу, но и нормативно-техническую документацию в области теплогазоснабжения и вентиляции;

- в начале занятий задать преподавателю вопросы по материалу, вызвавшему затруднения в его понимании и освоении при решении задач, заданных для самостоятельного решения;

- в ходе практического занятия давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов;

- на занятии доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

4. Критерии оценивания компетенций:

Оценка «**отлично**» выставляется студенту, если выставляется студенту, если в процессе проведения собеседования он показывает исчерпывающие знания, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; использует в ответе дополнительный материал; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «**хорошо**» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется студенту, если при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, необходимые практические компетенции не сформированы.

5. Информационное обеспечение реализации программы

5.1 Печатные издания

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2021.- 222.с.- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2
3. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15369-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497818>
4. 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/491545>
5. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

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

5.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник для образовательных учреждений СПО / О. В. Памбухчиянц. — 3-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 268 с. - ISBN 978-5-394-03745-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091543> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.
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. Широценской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4.
4. Янушевская, М. Н. Аудит систем качества и сертификация: учебное пособие для СПО / М. Н. Янушевская. — Саратов: Профобразование, 2021. — 102 с. — ISBN 978-5-4488-0926-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROF образование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/99923>

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru/> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн».
2. <http://www.consultant.ru> – СПС «Консультант-Плюс».

5.3. Дополнительные источники

1. Федеральный Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей».
2. Федеральный Российской Федерации от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
3. Федеральный Закон Российской Федерации от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».
4. Федеральный закон № 41-ФЗ от 26.03.1998 «О драгоценных металлах и драгоценных камнях».
5. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки».
6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».
7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».
8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности».
9. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».
10. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции».

11. Приказ Министерства промышленности и торговли от 1 марта 2013 года № 252 «Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания».
12. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://www.gost.ru>
13. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. <http://www.interstandart.ru>
14. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество». www.stq.ru
15. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «www.spros.ru»
16. Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза <http://www.znaytovar.ru>.