

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Первякова Светлана Валерьевна
Должность: Директор колледжа СКФУ в г. Ставрополе
Дата подписания: 18.06.2026 15:55:06
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

УТВЕРЖДАЮ

Директор института экономики и
управления, д-р экон. наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

Рабочая программа профессионального модуля

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**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело», утверждённого Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548

Рабочая программа профессионального модуля разработана:

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

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Представитель работодателя

Логист ООО «Темп»

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения



Н.А. Дрижд

Фамилия,
инициалы

1. Паспорт рабочей программы профессионального модуля

ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

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

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело», утверждённого Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548

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

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

иметь практический опыт в:

- формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами.

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.

1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

Всего - 288 часов, в том числе:
 на освоение МДК 03.01 - 216 ч.
 на проведение практики, в том числе:
 производственной - 72 часа.
 Экзамен по модулю – 6 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимся видом профессиональной деятельности Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами, в т. ч. профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ВД 3 н.1.	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в т. ч. с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в т. ч. с использованием специализированных программ
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 3.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Составлять аналитические отчеты по продажам, в т. ч. с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в т. ч. с использованием цифровых и информационных технологий

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Объем профессионального модуля, часов								
		Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	В т.ч. в форме практи. подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика		
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
				Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4 ПК 3.5 ПК 3.6 ПК 3.7 ПК 3.8	МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	216		128	70		88			
	Производственная практика	72	72			0	0	0	0	0
	Экзамен по модулю									
Всего:		288	72	128	70	0	88	0	0	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Коды компетенций
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		288	
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		128	
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	20	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3., ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	8	
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.		
	3. Пути формирования клиентской базы		
	4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).		
	5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России		
	В том числе практических занятий	12	
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	6	
Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	6		
Тема 1.2 Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	Содержание	26	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3., ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	10	
	2.Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»		
	3. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.		
	4. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.		
	5.Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине		
	6. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы		
	7. Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров.		
	8. Методика построения планаграммы. Правила оформления ценников.		
	В том числе практических занятий	16	
	Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2	

	Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	2	
	Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2	
	Практическое занятие 16-17. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	2	
	Практическое занятие 18-19. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2	
	Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.	2	
	Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	2	
	Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчендайзинговых подходов	2	
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание	10	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3., ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	4	
	2. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах		
	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок		
	4. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров		
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2	
	Практическое занятие 28-30 Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	2	
	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	2	
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	Содержание	12	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3., ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина	6	
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию		
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2	
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2	
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2	
	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий	2	
	Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения	Содержание	
1. Позиционирование продукции организации на рынке		8	
2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.			
3. Методы стимулирования продаж			
	В том числе практических занятий	12	

выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж	4	ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.	
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	4		
	Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	4		
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	16	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3., ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.	
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах	6		
	В том числе практических занятий	10		
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам	2		
	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	4		
	Практическое занятие 60-62. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя – CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	4		
Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	Содержание	8	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3., ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.	
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	6		
	В том числе практических занятий	2		
	Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2		
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	Содержание	16	ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3., ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8.	
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	10		
	В том числе практических занятий	6		
	Практическое занятие 66-68. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.	2		
	Практическое занятие 69-71. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	2		
	Практическое занятие 72-76. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	2		
Производственная практика Виды работ 1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. 2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 3. Оформление витрин и выставок. 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. 5. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. 6. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 7. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. 9. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 10. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов.			72	

11.	Анализ товарных запасов с применением программных продуктов.	
12.	Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания	
Экзамен по модулю		
Всего		288

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

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

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

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. 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. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

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

3.2.2. Дополнительные источники

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2024.- 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. Широценской.- 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».

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	– Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений; – Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; – Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом.	Устный/письменный опрос. Экспертная оценка выполнения ситуационных задач. Экспертная оценка выполнения практических заданий. Экзамен по модулю
ПК 3.2	– Разрабатывает алгоритм установления контактов; – Формирует коммерческие предложения по продаже товаров; – Информировывает клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; – Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости; – Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей; – Применяет приемы работы с возражениями клиента; – Выбирает и обосновывает методы завершения сделки; – Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.	
ПК 3.3	– Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	
ПК 3.4	– Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж.	

ПК 3.5	– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	
ПК 3.6	– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	
ПК 3.7	– Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.	
ПК 3.8	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	