

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КОЛЛЕДЖ «КРАСНОСЕЛЬСКИЙ»**

РАССМОТРЕНО И ПРИНЯТО
на заседании Педагогического Совета
СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № 6 от 07.06.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор СПб ГБПОУ
«Колледж «Красносельский»
_____ Г.И. Софина
« ____ » _____ 2024 г.
Приказ № 101-осн. от 07.06.2024 г.
- _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

**основной профессиональной образовательной программы
среднего профессионального образования
по специальности**

38.02.08 Торговое дело

СОГЛАСОВАНО:

Санкт-Петербург
2024 г.

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, входящей в состав укрупненной группы специальностей 38.00.00 Экономика и управление и рабочей программы профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Организация-разработчик: СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

На заседании МК СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № _____ от _____ 2024 г.

Председатель МК _____ Н.В. Медведева

1. Цели производственной практики (по профилю специальности)

Целями производственной практики (по профилю специальности) являются закрепление, расширение, углубление и систематизация теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций, полученных при освоении специальных дисциплин на основе изучения деятельности конкретной организации, а также на приобретение практического опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

2. Задачи производственной практики (по профилю специальности)

Задачами производственной практики (по профилю специальности) являются:

- развитие профессионального мышления;
- приобретение практических умений по:
- технологии осуществления продаж потребительских товаров
- методам координация работы с клиентами

3. Место производственной практики (по профилю специальности) в структуре ООП

Производственная практика базируется на освоении следующих дисциплин:

- «Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках»,
- «Организация и осуществление продаж»,
- «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

В результате освоения предшествующих частей ООП обучающийся должен применять приобретенные ранее знания и умения:

Владеть навыками	сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
	поиска и выявления потенциальных клиентов;
	формирования и актуализации клиентской базы;
	проведения мониторинга деятельности конкурентов;
	определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;
	формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
	информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
	стимулирования клиентов на заключение сделки;
	взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
	закрытия сделок;
	соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
	использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;
	сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
	мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
	анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
выполнения запланированных показателей по объему продаж;	
разработки программ по повышению лояльности клиентов;	
разработки мероприятий по стимулированию продаж;	

	информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;
	участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;
	стимулирования клиентов на заключение сделки;
	контроля состояния товарных запасов;
	анализа выполнения плана продаж;
	информационно-справочного консультирования клиентов;
	контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
	обеспечения соблюдения стандартов организации.
Уметь	работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
	вести и актуализировать базу данных клиентов;
	формировать отчетную документацию по клиентской базе;
	анализировать деятельность конкурентов;
	определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
	планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
	вести реестр реквизитов клиентов;
	использовать программные продукты;
	планировать объемы собственных продаж;
	устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
	использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
	формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
	планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
	использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
	предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
	опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
	работать с возражениями клиента;
	применять техники по закрытию сделки;
	суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
	фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
	обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
	анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
	оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
	подготавливать документацию для формирования заказа;

<p>осуществлять мероприятия по размещению заказа;</p>
<p>следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;</p>
<p>принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;</p>
<p>осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;</p>
<p>оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;</p>
<p>осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;</p>
<p>организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;</p>
<p>соблюдать конфиденциальность информации;</p>
<p>предоставлять клиенту достоверную информацию;</p>
<p>корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;</p>
<p>соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;</p>
<p>обеспечивать баланс интересов клиента и организации;</p>
<p>обеспечивать соблюдение требований охраны;</p>
<p>разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;</p>
<p>собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;</p>
<p>планировать работу по выполнению плана продаж;</p>
<p>анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;</p>
<p>анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;</p>
<p>анализировать возможности увеличения объемов продаж;</p>
<p>планировать и контролировать поступление денежных средств;</p>
<p>обеспечивать наличие демонстрационной продукции;</p>
<p>применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;</p>
<p>планировать рабочее время для выполнения плана продаж;</p>
<p>планировать объемы собственных продаж;</p>
<p>оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;</p>
<p>разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;</p>
<p>разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;</p>
<p>анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;</p>
<p>анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;</p>
<p>анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;</p>
<p>вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;</p>
<p>вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;</p>
<p>анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;</p>

	обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
	анализировать оборачиваемость складских остатков;
	составлять отчетную документацию по продажам;
	разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
	инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
	инициативно вести диалог с клиентом;
	резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
	определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
	разрабатывать рекомендации для клиента;
	собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
	анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;
	проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
	вести деловую переписку с клиентами и партнерами;
	использовать программные продукты.
Знать	методики выявления потребностей клиентов;
	методики выявления потребностей;
	технику продаж;
	методики проведения презентаций;
	потребительские свойства товаров;
	требования и стандарты производителя;
	принципы и порядок ведения претензионной работы;
	ассортимент товаров;
	стандарты организации;
	стандарты менеджмента качества;
	гарантийную политику организации;
	специализированные программные продукты;
	методики позиционирования продукции организации на рынке;
	методы сегментирования рынка;
	методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;
	инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;	
Основы организации послепродажного обслуживания.	

4. **Формы проведения производственной практики (по профилю специальности)**

- решение производственных ситуаций по формированию практических умений;
- имитационное моделирование профессиональной деятельности;
- выполнение индивидуальных профессиональных заданий.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики (по профилю специальности).

В результате прохождения данной производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, профессиональные компетенции:

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

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
ПК 3.1	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 3.3	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 3.5	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 3.6	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7	Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

7. Структура и содержание производственной практики (по профилю специальности)

Общая трудоемкость производственной практики составляет 288 часов.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля
		Инструк	Выполне	Сбор, обработ	Личные наблюде	

		таж по технике безопасно сти	ние производст венных заданий	ка фактиче ского материа ла	ния, измерен ия	
1	Подготовительный этап (инструктаж по технике безопасности)	6				собеседо вание
2	Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий.			20		защита отчета
3	Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.			24		
4	Оформление витрин и выставок.		24			
5	Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов.				24	
6	Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки.		24			
7	Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.			24		
8	Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.		24			защита отчета

9	Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов.		24			защита отчета
10	Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.		24			защита отчета
11	Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов.		24			защита отчета
12	Анализ товарных запасов с применением программных продуктов.			24		защита отчета
13	Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания		20			защита отчета
14	Оформление отчета о практике			6		защита отчета
	Всего:	288 часов				

8. Формы промежуточной аттестации (по итогам производственной практики): собеседование, составление и защита отчета.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики

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, 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>

Дополнительные источники

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