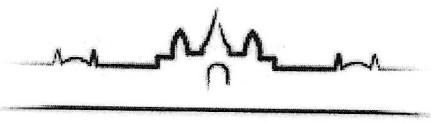


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Катрич Ольга Владимировна
Должность: директор
Дата подписания: 21.02.2024 13:47:06
Уникальный программный ключ:
cfda5e8f32dda9141ed3a8a5d0d734bfe31af091



**Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Новосибирский городской открытый колледж»
(АНО СПО «НГОК»)**

Рассмотрено и принято
на заседании Педагогического совета
АНО СПО «НГОК»
Протокол № 3
от «25» декабря 2023 года



УТВЕРЖДАЮ
Директор АНО СПО «НГОК»

О.В.Катрич

«25» декабря 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.13 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

38.02.08 Торговое дело

Новосибирск 2023

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.08 Торговое дело.

Организация-разработчик: АНО СПО «Новосибирский городской открытый колледж».

Разработчик: Хохлова Юлия Андреевна, преподаватель ВКК

Миронова Анастасия Денисовна, преподаватель

Котик Анна Викторовна, преподаватель

Чернышёва Валерия Дмитриевна, преподаватель 1КК

ОГЛАВЛЕНИЕ

	стр.
1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	14
5 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ АДАПТИРОВАННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» относится к профессиональному циклу, включающему в себя общепрофессиональные дисциплины в структуре базовой подготовки.

1.3. Цель и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины

Цели освоения дисциплины: сформировать теоретические знания и получить практические навыки решения задач в области управления продажами современного предприятия.

Основные задачи:

- сформировать понимание концепции управления продажами с позиции различных подходов;
- освоить сущность построения и управления распределительной системы предприятия: понятие и виды каналов сбыта, условия выбора определенных каналов сбыта, характеристика посредников, их мотивация и контроль деятельности;
- изучить основы функционирования отдела продаж на предприятии: принципы организационного построения и этапы процесса управления»;
- рассмотреть основные этапы процесса продажи и определить особенности их реализации;
- освоить на примере практического материала методики решения задач в области управления продажами.

В результате освоения дисциплины студент должен:

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;

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;

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; поиска новых покупателей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и сбора информации о потребностях клиента;

Перечень формируемых компетенций:

Общие компетенции (ОК):

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

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 48 часов, в том числе:

по очной форме обучения:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка – 48 часов.

По заочной форме обучения:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка – 10 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов по очной форме
Максимальная учебная нагрузка (всего)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	48
в том числе:	
лекции	36
практические занятия	12
курсовая работа <i>(не предусмотрена)</i>	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	-
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой <i>(не предусмотрена)</i>	-
Изучение тем дисциплины, выносимых для самостоятельного изучения студентам; подготовка докладов, составление конспектов, решение задач, решение тестовых заданий.	-
подготовка к промежуточной аттестации (консультации)	-
экзамен	-
Промежуточная аттестация в форме - дифференцированный зачет	

Вид учебной работы	Объем часов по заочной форме
Максимальная учебная нагрузка (всего)	48
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	10
в том числе:	
лекции	6
практические занятия	4
курсовая работа <i>(не предусмотрена)</i>	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	38
в том числе:	
самостоятельная работа над курсовой работой <i>(не предусмотрена)</i>	-
Изучение тем дисциплины, выносимых для самостоятельного изучения студентам; подготовка докладов, составление конспектов, решение задач, решение тестовых заданий.	38
подготовка к промежуточной аттестации (консультации)	-
экзамен	-
Промежуточная аттестация в форме - дифференцированный зачет	

2.2. Тематический план и содержание дисциплины «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	6
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	
	3. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	
	4. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	Содержание	10
	1. 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.	
	2. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	
	3. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	
	4. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	
	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. 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. Применение интернет вещей при организации точки продаж.	
	7. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	
	8. 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»	

	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие 1. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	
	Практическое занятие 2. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	Содержание	6
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	
	2. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	
	3. Методики подготовки и проведения презентаций потребительских товаров	
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров и соблюдения стандартов организации	Содержание	4
	1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования.	
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы	
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	Содержание	4
	1. Позиционирование продукции организации на рынке	
	2. Методы сегментирования рынка	
	В том числе практических занятий	4
	Практическое занятие 3. Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия	
Практическое занятие 4. Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации		
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	Содержание	2
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов.	
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие 5. Составление отчетной документации по продажам	
Тема 1.7. Контроль состояния товарных запасов	Содержание	2
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов	Содержание	2
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	
	В том числе практических занятий	2
	Практическое занятие 6. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	

Промежуточная аттестация – дифференцированный зачет	
Всего	48

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия лаборатории «Предпринимательства и интернет – маркетинга», оснащенная:

Столы аудиторные-учебные, стулья, автоматизированные рабочие места студентов с подключением к интернету, МФУ, доска маркерная, флипчарт, рабочее место преподавателя, Плазма.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

Палий, Н. С. Товарная инновационная политика : учебное пособие / Н. С. Палий. — Донецк : ДонНУЭТ имени Туган-Барановского, 2021. — 180 с. — ISBN 978-5-4499-1702-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/323012> (дата обращения: 21.12.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров : учебное пособие / составитель А. В. Курбатов. — Кемерово : КемГУ, 2018. — 81 с. — ISBN 978-5-8353-2414-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/134331> (дата обращения: 21.12.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Торговое дело: экономические и финансовые аспекты : учебное пособие / Т. М. Гриднева, Ю. Н. Локтионова, Н. Б. Починок, О. Н. Янина. — Москва : РГСУ, 2018. — 342 с. — ISBN 978-5-7139-1374-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158525> (дата обращения: 21.12.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Дополнительная литература

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>

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>

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>

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

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

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. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	Оценка результатов выполнения практических работ; Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ.

5. Методические рекомендации по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования

Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Содержание среднего профессионального образования и условия организации обучения в колледже обучающихся с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Обучение по образовательной программе среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется колледжем с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких лиц.

В колледже созданы (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья) специальные условия для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Под специальными условиями для получения среднего профессионального образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких лиц, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания колледжа и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ лицам с ограниченными возможностями здоровья.

В целях доступности получения среднего профессионального образования обучающимся с ограниченными возможностями здоровья колледжа обеспечивается (при необходимости – наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья):

- для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по слуху услуги сурдопереводчика и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- для обучающихся, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия обеспечивают возможность беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Численность лиц с ограниченными возможностями здоровья в учебной группе устанавливается до 15 человек.

С учетом особых потребностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья колледжем обеспечивается предоставление учебных, лекционных материалов в электронном виде.

С учетом особых потребностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в колледже предусмотрена возможность обучения по индивидуальному плану.