Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
Центросоюза Российской Федерации
СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
Забайкальский институт предпринимательства

Подписано цифровой подписью: Ишина Людмила Анатольевна
Дата: 2026.09.30 15:12:33 +09'00'

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по учебной и воспитательной работе
_____ Т.С. Аверячкина
«27» мая 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

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

по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности среднего профессионального образования

по специальности

38.02.08 *Торговое дело*

Квалификация выпускника

Специалист торгового дела

Год начала подготовки 2024

Чита
2026

Рабочая программа учебной практики ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 N 548

РАЗРАБОТЧИКИ: Е.А. Федоренко, старший преподаватель кафедры сервиса и технологии продукции общественного питания

РЕЦЕНЗЕНТ: Е.М. Попова**,** канд. пед. наук, заведующий кафедрой сервиса и технологии продукции общественного питания

Рабочая программа учебной практики одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе кафедрой сервиса и технологии продукции общественного питания, протокол от 27 мая 2026 г. № 9.

Заведующий кафедрой сервиса
и технологии продукции
общественного питания  Е.М. Попова

1. Цели учебной практики

Целью учебной практики является закрепление теоретических знаний, полученных при изучении профессионального модуля ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

2. Задачи учебной практики

1. Применять системный подход для решения поставленных задач; определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения
2. Сформировать умение применять современные методы исследования, выражать
собственные мнения и суждения, относительно природы торгово-экономических процессов
Организация практики на всех этапах направлена на:

– выполнение государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников в соответствии с характером специальности и присваиваемой квалификацией;

– непрерывность, комплексность, последовательность овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с программой практики, предусматривающей логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики.

3. Место учебной практики в структуре ППССЗ

Данная практика базируется на освоении таких МДК, как «Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках», «Организация и осуществление продаж», «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами».

Учебная практика обеспечивает формирование специалистов по специальности и является базовым для курса «Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

Таким образом, учебная практика является неотъемлемым звеном в комплексе дисциплин подготовки профессиональных специалистов торгового дела.

Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося, приобретенным в результате освоения предшествующих частей ППССЗ и необходимым при освоении данной практики:

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;
	осуществлять мероприятия по размещению заказа;
	следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
	принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
	осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
	оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
	осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
	организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
	соблюдать конфиденциальность информации;
	предоставлять клиенту достоверную информацию;
	корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
	соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
	обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
	обеспечивать соблюдение требований охраны;
	разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
	собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
	планировать работу по выполнению плана продаж;
	анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
	анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
	анализировать возможности увеличения объемов продаж;
	планировать и контролировать поступление денежных средств;
	обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
	применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;

	планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
	планировать объемы собственных продаж;
	оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
	разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
	разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
	анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
	анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
	анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
	вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
	вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
	анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
	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 учебной практики

- индивидуальная работа студентов по отработке программ практики;
- практические занятия;
- деловые и ситуационные игры;

5. Место и время проведения учебной практики

Проводится учебная практика в учебных кабинетах, лабораториях, мастерских Забайкальского институту предпринимательства

- сроки проведения практики: 6 семестр, в течение 2 недели.

6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения учебной практики

В результате прохождения данной учебной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки, умения, универсальные и 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 использование 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 учебной практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 1 неделю, 36 часов

№ п/п	**Разделы (этапы) практики**	**Виды учебной работы, на практике включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)**	**Формы текущего контроля**
1	Подготовительный этап (инструктаж по технике безопасности)	Лекция (2 час)	собеседование
2	Планирование работы отдела продаж Определение потенциала продаж/прогнозирование продаж.	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
3	Оценка будущего годового прироста. Генерирование и отбор стратегий	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
4	Определение рыночной доли и потенциальный спрос	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
5	Расчет предельных производственных и финансовых возможности	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
6	Определение продажных цен. Составление бюджета	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
7	Формирование структуры продаж по номенклатуре и клиентам. Оформление	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе

	плана продаж		
8	Разработка мероприятий по выполнению плана продаж	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
9	Оценка эффективности предложенных мероприятий	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
10	Исследование программ лояльности потребителей выбранной группы товара	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
11	SWOT-анализ компании-производителя исследуемой группы товара	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
12	Оценка эффективности методов формирования лояльности потребителей. Обоснование методов формирования лояльности потребителей. Формирование программы повышения лояльности и бюджета мероприятий.	Лабораторная работа (6 часа)	Отчет о работе
	Разработка метода оценки эффективности программы повышения лояльности	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
13	Изучение целей стимулирования продаж Изучение методов и средств стимулирования продаж	Лабораторная работа (2 час)	Отчет о работе
14	Анализ эффективности проводимых в выбранной компании программ стимулирования продаж.	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
	Разработка дополнений и корректировок к текущей системе стимулирования продаж	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
15	Оформление отчета по учебной практике	Лабораторная работа (2 часа)	Отчет о работе
	всего	**36 часов**	

8. Образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии, используемые на учебной практике

Преподавание «Учебной практики» в соответствии с требованиями ФГОС СПО по направлению подготовки реализации компетентностного подхода включает в себя традиционные (лекции) образовательные технологии, активные (работа с кейсами, разбор ситуаций, деловые игры, и др.) и интерактивные (подготовка мультимедийных презентаций), компьютерные технологии

9. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике

Обучающийся на учебной практике выполняет практические задания, разработанные руководителем практики от образовательного учреждения.

10. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

По окончании практики обучающийся составляет письменный отчет. По результатам защиты отчета выставляется дифференцированный зачет.

11. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики

Основная учебная 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, 2025. — 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, 2025. — 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, 2025. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490471

Дополнительная учебная литература

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2025.- 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,2025.-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, 2025.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

12. Материально-техническое обеспечение учебной практики

1. Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.
2. Мастерская «Учебный магазин» «Учебный склад», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.2 примерной образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.