

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Колледж мировой экономики и передовых технологий»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Профессионального модуля**

**ПМ.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных
продуктов и технологий и координация работы с клиентами**
МДК. 03.01 Технология продаж информационно-коммуникационных
продуктов и технологий и координация работы с клиентами

по специальности
38.02.08 Торговое дело

форма обучения: очная, заочная
квалификация – специалист торгового дела

Москва – 2025

ОДОБРЕНА

Предметной (цикловой) комиссией
экономических дисциплин

Протокол от 12 апреля 2025 г. № 8

Председатель ПЦК

 /Буркина Л.В.

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности
среднего профессионального
образования 38.02.08 Торговое дело

Заместитель директора по методической
работе

 / Ю.И. Богомолова/
Подпись ФИО

РАССМОТРЕНА

на заседании Педагогического совета

Протокол от 19 апреля 2025 г. № 5

Разработчик:

Гусейнова Э.И., преподаватель АНО ПО "Колледж мировой экономики и передовых технологий"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида деятельности (ВД): Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

ПК 3.1. Осуществлять сопровождение базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, 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. Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведением презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам.

ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.

ПК 3.5. Консультировать клиентов по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.

ПК 3.6. Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использованием специализированных 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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании при повышении квалификации товароведов и менеджеров.

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:

владеть навыками:

- поиска новых покупателей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и сбора информации о потребностях клиента;
- ведения базы данных клиентов, учетной документации по базе

клиентов, заключенным договорам на продажу и сопровождение инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;

- информирования клиентов о новых поставляемых инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих, о текущих маркетинговых акциях, новых продуктах и специальных предложениях;

- проведения мероприятий (конференций, семинаров, вебинаров) для существующих и потенциальных клиентов;

- заключения договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

- развития взаимоотношений с клиентами для заключения новых договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

- подготовки коммерческих предложений с учетом установленных условий поставщиков, правил отгрузки в организации и особенностей клиента;

- презентации инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам;

- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;

- выполнения запланированных показателей по объему продаж;

- презентации клиентам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

- ведения деловой переписки и деловых переговоров с клиентами и партнерами по использованию инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

- консультирования клиентов и партнеров по характеристикам новых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, по условиям продажи и ценам, условиям лицензирования программного обеспечения, условиям оказания послепродажной технической поддержки;

- приема и обработка входящих обращений от клиентов и партнеров;

- заключения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

- ведения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

- ведения переговоров с поставщиками и производителями инфокоммуникационных систем и /или их составляющих;

- информирования о поступлении продукции на склад, об отгрузке (поставке) товара;

- выставления счетов, оформления актов, накладных и счетов-фактур;

- поиска новых каналов сбыта инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и организации их продаж в новых каналах;

- сбора и анализа доступной информации о каналах продаж и типовых решениях по продаже у конкурентов;

- ведение базы данных решений по продаже инфокоммуникационных

систем и (или) их составляющих.

уметь:

- искать новых клиентов в рамках существующих каналов сбыта;
- вести деловые переговоры и деловую переписку с потенциальными клиентами;
- выявлять потребности клиента в процессе переговоров;
- систематизировать информацию о клиентах;
- использовать почтовые программы на профессиональном уровне;
- применять систему управления взаимоотношениями с клиентами;
- применять систему управления продажами для управления информацией о клиентах;
- выявлять потребности и вести деловые переговоры с клиентами об их потребностях в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих;
- сопровождать развитие системы управления взаимоотношениями с клиентами;
- подготавливать материалы базы данных клиентов к обсуждению потребностей клиентов в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих;
- составлять отчетность о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;
- оформлять коммерческие предложения с использованием офисных программных приложений;
- подготавливать и проводить презентации продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих для потенциальных клиентов;
- 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;

- применять системы управления взаимоотношениями с клиентами при подготовке консультаций по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- искать и систематизировать информацию об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- подготавливать и проводить презентации по использованию продаваемых инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- проводить демонстрации инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- сопоставлять отечественные и зарубежные инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие;
- анализировать предложения поставщиков инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- осуществлять поиск информации по клиентам и партнерам;
- вести учетную документацию по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- искать новые каналы сбыта;
- систематизировать информацию о каналах сбыта и о решениях по продаже;
- вести конкурентную разведку в части, касающейся методов и каналов организации продаж.

знать:

- модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- методы и инструменты поиска информации;
- правила работы с базами данных на уровне пользователя;
- назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- методы поиска информации о потенциальных потребностях в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;
- основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- правила подготовки и проведения презентации, в том числе с использованием информационных технологий;
- специализированных программных продуктов;
- методы поиска информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;

- технические характеристики и отличительные особенности продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- отечественных и зарубежных производителей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и направления (типы) выпускаемой ими продукции;
- продукцию отечественных производителей, аналогичную продаваемым зарубежным инфокоммуникационным продуктам и (или) их составляющих;
- законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- этику конкурентной разведки в области продаж инфокоммуникационных систем;
- принципы эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами;
- модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 306 часов, включая:

обязательную аудиторную учебную нагрузку – 212 часов; в т.ч. теоретической – 90 часов, практической – 118 часов; самостоятельную работу обучающегося – 2 часа; производственной практики (по профилю специальности) - 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности **Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1	Осуществлять сопровождение базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, 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	Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведением презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам.
ПК 3.4	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.
ПК 3.5	Консультировать клиентов по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.
ПК 3.6	Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использованием специализированных 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.
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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы (очная форма обучения)

по очной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ¹	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	в т.ч., курсовой проект, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовой проект, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1 – 5; ОК 7; ПК 3.1 - 3.8.	МДК.03.01 Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами	222	220	118	-	2	-	-	-
	Учебная практика	-	-	-	-	-	-	-	-
	Производственная практика	72	-	-	-	-	-	-	72
	Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-
	Всего:	306	220	118	-	2	-	-	72

¹ Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

по заочной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ²	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	в т.ч., курсовой проект, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовой проект, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1 – 5; ОК 7; ПК 3.1 - 3.8.	МДК.03.01 Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами	222	26	12	-	196	-	-	-
	Учебная практика	-	-	-	-	-	-	-	-
	Производственная практика	72	-	-	-	-	-	-	72
	Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-
	Всего:	306	26	12	-	196	-	-	72

² Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отлагательного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.3. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

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 / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч
1	2	3
МДК. 03.01 Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами		222
3 курс 5 семестр		
Тема 1.1 Инфокоммуникационные системы и их составляющие	Содержание	22
	1. Введение: общие понятия о технологии продаж и классификации информационно-коммуникационных продуктов.	22
	2. Технические характеристики и отличительные особенности продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	
	3. Отечественные и зарубежные производители инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и направления (типы) выпускаемой ими продукции.	
	4. Продукция отечественных и зарубежных производителей, аналогичной продаваемым инфокоммуникационным продуктам и (или) их составляющим.	
	5. Законодательство Российской Федерации в области лицензирования и поставки программного обеспечения, продажи компьютерного оборудования.	
	6. Основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	
	7. Подробные технические характеристики и отличительные особенности продаваемой продукции.	
	8. Методы сопровождения баз данных.	
	9. Специализированные компьютерные программы по управлению комплексными проектами.	
	10. Основные участники инфокоммуникационного рынка.	
11. Назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования.		

	В том числе практических занятий и лабораторных работ	22
	Практическое занятие 1. Поиск и систематизация информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	6
	Практическое занятие 2. Сопоставление отечественных и зарубежных инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	6
	Практическое занятие 3. Анализ предложения поставщиков инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	6
	Практическое занятие 4. Исследование комплектации инфокоммуникационных систем и их составляющих при продаже.	4
Тема 1.2. Установление контактов и система взаимодействия с клиентами для обсуждения их потребностей в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих.	Содержание	4
	1. Правила работы с системами управления взаимоотношениями с клиентами.	4
	2. Целевые сегменты рынка инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	22
	Практическое занятие 5. Формирование клиентской базы и работа с ней.	6
	Практическое занятие 6. Установление контактов с клиентами и сохранение лояльности.	6
	Практическое занятие 7. Составление рекомендаций по использованию инфокоммуникационных продуктов.	6
	Практическое занятие 8. Отработка методов завершения сделки.	4
Тема 1.3. Особенности работы с клиентами по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	Содержание	10
	1. Модели продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	10
	2. Принципы эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами.	
	3. Правила деловой переписки и делового общения.	
	4. Методы продаж современных инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	18
	Практическое занятие 9. Проведение деловых переговоров.	6
	Практическое занятие 10. Выявление потребностей клиентов в процессе	6

	переговоров.	
	Практическое занятие 11. Анализ развития системы управления взаимоотношениями с клиентами	6
Тема 1.4. Выполнять поиск новых каналов сбыта инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих и организовывать в них продажи, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	Содержание	6
	1. Методы поиска информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	6
	2. Методы и инструменты поиска информации.	
	3. Методы поиска информации о потенциальных потребностях в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие 12. Поиск информации о потенциальных проектах по продаже инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	4
	Практическое занятие 13. Поиск информации по клиентам и партнерам.	4
	Самостоятельная работа	2
	Контрольная работа	2
	Всего часов	116
3 курс 6 семестр		
Тема 1.5 Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам.	Содержание	12
	1. Способы поиска информации о конкурсных торгах, аукционах, запросах от клиентов.	12
	2. Методы обоснования коммерческого предложения на продажу инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.	
	3. Правила подготовки и проведения презентации, в том числе с использованием информационных технологий.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	12
	Практическое занятие 14. Подготовка коммерческих предложений.	6
	Практическое занятие 15. Разработка и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов.	6
Тема 1.6	Содержание	16

Организовывать поставки и сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	1. Инструкции по подготовке отчетных материалов.	<i>16</i>
	2. Инструкции по обработке отчетных материалов.	
	3. Инструкции по хранению отчетных материалов.	
	4. Организация поставки инфокоммуникационных продуктов.	
	5. Сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	<i>16</i>
	Практическое занятие 16. Документальное сопровождение товарных партий, сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов.	<i>8</i>
Практическое занятие 17. Оформление сопроводительных документов на продаваемые инфокоммуникационные документы и (или) их составляющие.	<i>8</i>	
Тема 1.7 Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.	Содержание	18
	1. Основы методов анализа и прогнозирования продаж.	<i>18</i>
	2. Этика конкурентной разведки в области продаж инфокоммуникационных продуктов.	
	3. Правила участия в электронных закупках и работа на тендерных площадках.	
	4. Состав тендерной документации.	
	5. Эффективность рекламных мероприятий.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	<i>18</i>
	Практическое занятие 18. Расчет эффективности рекламных мероприятий.	<i>6</i>
	Практическое занятие 19. Составление отчетности о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих.	<i>6</i>
	Практическое занятие 20. Составление отчетности по продажам инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе по конкурсным торгам, аукционам, запросам предложений от клиентов.	<i>6</i>
	Контрольная работа	2
	Консультация	4
	Промежуточная аттестация в форме экзамена	8
	Всего часов	106
Учебная практика Виды работ		-
1. Поиск и систематизация информации об условиях использования и возможностях продаваемых		

<p>инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.</p> <p>2. Составление рекомендаций по использованию инфокоммуникационных продуктов.</p> <p>3. Отработка методов завершения сделки.</p> <p>4. Проведение деловых переговоров.</p> <p>5. Разработка коммерческих предложений.</p> <p>6. Разработка и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов.</p> <p>7. Оформление сопроводительных документов на продаваемые инфокоммуникационные документы и (или) их составляющие.</p> <p>8. Расчет эффективности рекламных мероприятий.</p> <p>9. Составление отчетности о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих.</p>	
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ:</p> <p>1. Осуществление сопровождения базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.</p> <p>2. Установление и поддержание контактов с клиентами для обсуждения их потребностей в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих.</p> <p>3. Осуществление подготовки коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам.</p> <p>4. Организация поставки и сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.</p> <p>5. Консультация клиентов по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.</p> <p>6. Осуществление контроля всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.</p> <p>7. Выполнение поиска новых каналов сбыта инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих и осуществление в них продажи, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.</p>	72
Экзамен по модулю	12
Всего	306

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинет междисциплинарных курсов и модулей

Оборудование учебного кабинета:

1. комплекты специализированной учебной мебели;
2. рабочее место преподавателя;
3. доска классная;

Технические средства обучения:

1. компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением: ОС Windows, MS Office, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.
2. проектор;
3. экран.

Автоматизированные рабочие места, компьютеры с установленным лицензионным программным обеспечением:

1С: Предприятие, ОС Windows, MS Office, 7-Zip, Adobe Acrobat Reader, Comodo Internet Security, Консультант плюс, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду

Рабочее место преподавателя, комплекты специализированной мебели учащихся, доска классная, проектор, экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения **Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы** **Теоретические основы товароведения**

Основная литература

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565109>

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. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16956-0. — Текст:

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562293>

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. — 196 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16967-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561476>

Дополнительная литература

1. Глухов В., Балашова Е. Г55 Экономика и менеджмент в инфокоммуникациях: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2012. — 272 с.: ил. ISBN 978-5-459-00967-5

2. Журавлев А. Е. Инфокоммуникационные системы. Аппаратное обеспечение: учебник для вузов / А. Е. Журавлев, А. В. Макшанов, А. В. Иванищев. — 2е изд., стер. — Санкт- Петербург: Лань, 2021. — 392 с.: ил. — Текст: непосредственный. ISBN 9785811485147

3. Управление продажами и взаимоотношением с клиентами / А.В. Кудинов, А.А. Мироненко, М., ООО «1С-Публишинг», 2019 – 324 с.: ил. – (1С: Академия ERP)

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте колледжа (<https://kmept.ru/>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.
- Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:
- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;

- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;

- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

- ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупно шрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию КМЭПТ для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;

- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов), тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	<p>Осуществляет работу с базами данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - составляет алгоритм контроля комплектации инфокоммуникационных систем и /или их составляющих при продаже. 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p>
ПК 3.2.	<ul style="list-style-type: none"> - находит данные о потенциальных клиентах; - формирует электронную базу клиентов; - разработал алгоритм установления контактов; - составил рекомендации по использованию инфокоммуникационных продуктов; - определяет методы завершения сделки. 	<p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям.</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> - оформил коммерческое предложение; - подготовил презентацию товара. 	
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> - планирует объемы собственных продаж; - разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; - анализирует выполнения плана продаж. 	<p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.</p>
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> - проводит деловые переговоры; - в процессе переговоров выявляет потребности клиентов; - анализирует процесс сопровождения клиентов; - определяет направления развития системы управления взаимоотношениями с клиентами 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> - рассчитывает эффективность рекламных мероприятий; 	

	<ul style="list-style-type: none"> - составляет отчетность о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих; - составляет отчетность по продажам инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе по конкурсным торгам, аукционам, запросам предложений от клиентов 	<p>индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления с презентаций.</p>
ПК 3.7	<ul style="list-style-type: none"> - проводит поиск информации о потенциальных продажах инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; - проводит анализ потребительского спроса на инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие - определяет увеличение доли рынка по новым направлениям сбыта инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих 	<p>Экспертная оценка создания и представления с презентаций.</p>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; - определяет этапы решения задачи; - эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; - демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.</p> <p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; - структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; - оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; - применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные</p>

ОК 04	- эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	отношения в сфере профессиональной деятельности и
ОК 05	- грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме,
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; - участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. 	<p>проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях; – при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций работодателей, партнеров или профессионального сообщества.