

Комитет образования, науки и молодежной политики Волгоградской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Волгоградский колледж ресторанного сервиса и торговли»

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа

САМОХВАЛОВ С. В.

«23» октября 2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**«ПМ 03 Осуществление продаж потребительских товаров
и координация работы с клиентами»**

по специальности 38.02.08 Торговое дело

Волгоград, 2023

РАССМОТРЕНО на заседании
кафедры Профессионального цикла
Протокол № 3 от 20.10.
Заведующая кафедрой
Л.В. Веденеева

ОДОБРЕНО
Заместитель директора по учебной работе
А.М. Тазов.
Заместитель директора по производственному
обучению
Н.В. Николаева
«23» октября 202_г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело базовой подготовки.

Организация-разработчик: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Волгоградский колледж ресторанного сервиса и торговли»

Составители:

преподаватель ГБПОУ «Волгоградский колледж ресторанного сервиса и торговли»
Григорьева Татьяна Викторовна

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
5. ВОСПИТАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В РАМКАХ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

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.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов - 396

в том числе в форме практической подготовки (учебная практика)- 36

Из них на освоение МДК – 348

в том числе

лекции – 218

практическая работа - 72

самостоятельная работа – 20

курсовой проект - 30

консультации - 8

Промежуточная аттестация - 12 – квалификационный экзамен

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Всего	Обучение по МДК				Практики	
					В том числе					
					Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа ¹	Промежуточная аттестация	Учебная	Консультации
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 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	340		218	72	30	20			
	Учебная практика	36							36	
	Промежуточная аттестация	12						12		
	Консультация	8								
	Всего:	396		218	72	30	20	12	36	8

¹ Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса.

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

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 времени, отведенный на освоение курса, всего часов в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	Код ПК, ОК
1	2	3	4
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			
МДК.03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	Содержание	30	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.	4	
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	10	
	3. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).	10	
	4. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России	6	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 1. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации	2	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 2. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.	2	
	Самостоятельная работа Анализ клиентоориентированности клиентов	2	

Тема 1.2. Организация осуществление преддоговорной предпродажной работы	и и	Содержание	72	
		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.	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 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
		2. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.	6	
		3. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий	10	
		4. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	8	
		5. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине.	8	
		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.	20	
		7. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.	8	
		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»	8	
		В том числе практических занятий	22	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
		Практическое занятие 3. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	2	
		Практическое занятие 4-5. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.	4	
		Практическое занятие 6. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж	2	
		Практическое занятие 7-8. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	4	
		Практическое занятие 9. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.	2	
		Практическое занятие 10. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых площадей относительно поведения клиентов.	2	
		Практическое занятие 11-12. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	4	

		Практическое занятие 13. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	2	
		Самостоятельная работа Анализ выкладки различных групп товаров	4	
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров		Содержание	30	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
		1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.	14	
		2. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок	8	
		3. Методики подготовки и проведения презентаций потребительских товаров	8	
		В том числе практических занятий	6	
		Практическое занятие 14. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи	2	
		Практическое занятие 15. Подготовка презентации товара для клиента с учетом его потребностей	2	
		Практическое занятие 16. Работа с возражениями клиента в процессе продажи товаров	2	
		Самостоятельная работа Анализ работы с клиентами	4	
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров соблюдения стандартов организации		Содержание	14	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
		1. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования.	8	
		2. Принципы и порядок ведения претензионной работы	6	
		В том числе практических занятий	12	
		Практическое занятие 17. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации	2	
		Практическое занятие 18. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия	2	
		Практическое занятие 19. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	2	
		Практическое занятие 20. Урегулирование спорных вопросов, претензий	2	
		Практическое занятие 21-22. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	4	
		Самостоятельная работа Анализ дополнительных услуг	2	
Тема 1.5.		Содержание	10	

Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	1. Позиционирование продукции организации на рынке	4	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	2. Методы сегментирования рынка	6	
	В том числе практических занятий	14	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 23-24. Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия	4	
	Практическое занятие 25. Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации	2	
	Практическое занятие 26–27. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж	4	
	Практическое занятие 28. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж	2	
	Самостоятельная работа Анализ методов стимулирования	2	
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	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 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов.	20	
	В том числе практических занятий	8	
	Практическое занятие 29. Составление отчетной документации по продажам	2	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 30. ABCXYZ-анализ текущей базы	2	
	Практическое занятие 31-32. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя – CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	4	
	Самостоятельная работа Анализ отчетности по продажам	2	
Тема 1.7. Контроль состояния товарных запасов	Содержание	8	
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль	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 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,

			ОК 09.
	В том числе практических и лабораторных занятий	2	
	Практическое занятие 33. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	2	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно- информационное сопровождение клиентов	Содержание	18	
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	18	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.
	В том числе практических занятий	6	
	Практическое занятие 34. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров	2	ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8
	Практическое занятие 35. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	2	
	Практическое занятие 36. Установление контактов с клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг	2	
	Самостоятельная работа Анализ обслуживания клиентов	4	
Учебная практика		36	
Виды работ Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. Оформление витрин и выставок. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания			

<p>Тематика курсовых работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Розничные торговые сети (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 2. Интернет торговля (на примере конкретного предприятия). 3. Приложения и социальные сети как способ связи торговых предприятий с покупателями (на примере конкретного предприятия). 4. Технологии электронной торговли (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 5. Имидж розничного торгового предприятия (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 6. Витринистика (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 7. Государственная поддержка предпринимательства в РФ (на примере г. Волгограда). 8. Упаковка как фактор сохранности и конкурентоспособности потребительских товаров (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 9. Выкладка и технология размещения товаров в торговом зале (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 10. Совершенствование системы продвижения товаров и услуг в розничных торговых предприятиях (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 11. Франчайзинг как форма взаимодействия предпринимательства (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 12. Упаковка и ее роль в процессе продвижения товара к потребителю (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 13. Мерчандайзинг как инструмент управления продажами (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 14. Предпринимательство: значение, формы и современные особенности (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 15. Бизнес план как основа предпринимательства (на примере конкретного предприятия). 16. Организация коммерческой деятельности и пути её совершенствования (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 17. Коммерческая деятельность оптового (розничного) торгового предприятия (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 18. Управление товарными запасами в торговом предприятии (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 19. Система цифровой маркировки и идентификации товаров в розничной (оптовой) торговле (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 20. Организация закупок товаров торгового предприятия (на примере торгового предприятия г. Волгограда). 21. Организация и развитие видов и форм предприятий розничной торговли в г. Волгограде. 		
--	--	--

<p>22. Организация и технология продажи товаров в предприятии розничной (оптовой) торговли (на примере торгового предприятия г. Волгограда).</p> <p>23. Услуги торговых предприятий (на примере торгового предприятия г. Волгограда).</p> <p>24. Законодательное регулирование торговой деятельности (на примере торговых предприятий г. Волгограда).</p> <p>25. Системы и особенности кодирования товаров на предприятиях торговли (на примере торгового предприятия г. Волгограда).</p> <p>26. Технологии учета и идентификации товаров на складе торгового предприятия (на примере торгового предприятия г. Волгограда).</p> <p>27. Организация работы торгового персонала (на примере торгового предприятия г. Волгограда).</p> <p>28. Закон РФ «О защите прав потребителей» как основа цивилизованных отношений продавцов и покупателей (на примере торгового предприятия г. Волгограда).</p> <p>29. Сетевые компании, их преимущества и перспективы развития (на примере торговых предприятий г. Волгограда).</p> <p>30. Организация устройства и планировки торгового предприятия (на примере торгового предприятия г. Волгограда).</p> <p>31. Программы лояльности и стимулирования покупателей.</p> <p>32. Особенности продажи алкогольной продукции на предприятиях торговли.</p> <p>33. Контроль сохранности качества продукции на предприятии торговли.</p> <p>34. Организация продажи бытовой техники на предприятиях торговли.</p> <p>35. Приложения как способ связи торговых предприятий с покупателями (на примере конкретного предприятия).</p>		
Промежуточная аттестация	12	
Всего	230	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

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

Мастерская «Учебный магазин», 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.

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, 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>

3.2.2. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
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	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p>
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;	<ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах,</p>

	методы завершения сделки; – Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту.	выставках, научно-практических конференциях. Экспертная оценка создания и представления презентаций.
ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	– Оpoznает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;	– Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; – Анализирует выполнения плана продаж.	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	– Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:
ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	– Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; – Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов.	– на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах производственной практики; – при проведении экзаменов
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; – Разрабатывает информационные материалы для	

клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<ul style="list-style-type: none"> – Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> – Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; – Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и	– Демонстрирует умения организовывать работу	

работать в коллективе и команде	коллектива и команды; – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ.	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	– Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами; – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	– Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – Кратко обосновывает и объясняет свои действия; – Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	

6. ВОСПИТАНИЕ И СОЦИАЛИЗАЦИЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ В РАМКАХ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Воспитание в рамках урочной деятельности обучающихся ГБПОУ «Волгоградский колледж ресторанного сервиса и торговли» нацелено на персонализацию процесса и всестороннее личностное развитие обучающихся.

Целью воспитания и социализации обучающихся является формирование гармонично развитой высоконравственной личности, разделяющей российские традиционные духовные ценности, обладающей актуальными знаниями и умениями, способной реализовать свой

потенциал в условиях современного общества, готовой к мирному созиданию и защите Родины.

Главной задачей является создание организационно-педагогических условий в части воспитания, личностного развития и социализации обучающихся по специальности 38.02.08 Торговое дело, с учетом получаемой квалификации, на основе соблюдения непрерывности процесса воспитания в сфере образования.

Воспитание обучающихся направлено на «развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде»².

Требования к личностным результатам с учетом особенностей специальности 38.02.08 Торговое дело

Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Портрет выпускника СПО	
Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	ЛР 1
Готовый использовать свой личный и профессиональный потенциал для защиты национальных интересов России.	ЛР 2
Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.	ЛР 3
Принимающий семейные ценности своего народа, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания.	ЛР 4
Принимающий цели и задачи научно-технологического, экономического, информационного развития России, готовый работать на их достижение.	ЛР 6
Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость.	ЛР 7
Признающий ценность непрерывного образования, ориентирующийся в изменяющемся рынке труда, избегающий безработицы; управляющий собственным профессиональным развитием; рефлексивно оценивающий собственный жизненный опыт, критерии личной успешности.	ЛР 8
Уважающий этнокультурные, религиозные права человека, в том числе с особенностями развития; ценящий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности».	ЛР 9
Принимающий активное участие в социально значимых мероприятиях, соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России; готовый оказать поддержку нуждающимся.	ЛР 10

² <https://base.garant.ru/70291362/b6e02e45ca70d110df0019b9fe339c70/>

Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.	ЛР 12
Способный в цифровой среде использовать различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей; стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».	ЛР 13
Способный ставить перед собой цели под возникающие жизненные задачи, подбирать способы решения и средства развития, в том числе с использованием цифровых средств; содействующий поддержанию престижа своей профессии и образовательной организации.	ЛР 14
Способный генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики, перестраивать сложившиеся способы решения задач, выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов; позиционирующий себя в сети как результативный и привлекательный участник трудовых отношений.	ЛР 15
Способный искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств; предупреждающий собственное и чужое деструктивное поведение в сетевом пространстве ³ .	ЛР 16
Осознающий значимость системного познания мира, критического осмысления накопленного опыта.	ЛР 18
Развивающий творческие способности, способный креативно мыслить.	ЛР 19
Способный в цифровой среде проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающей информации.	ЛР 20
Препятствующий действиям, направленным на ущемление прав или унижение достоинства (в отношении себя или других людей).	ЛР 25
Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп.	ЛР 26
Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.	ЛР 27
Вступающий в конструктивное профессионально значимое взаимодействие с представителями разных субкультур.	ЛР 28
Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д.	ЛР 29
Гармонично, разносторонне развитый, активно выражающий отношение к преобразованию общественных пространств, промышленной и технологической эстетике предприятия, корпоративному дизайну, товарным знакам.	ЛР 31
Оценивающий возможные ограничители свободы своего профессионального выбора, предопределенные психофизиологическими особенностями или состоянием здоровья, мотивированный к сохранению здоровья в процессе профессиональной деятельности.	ЛР 32
Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 33
Мотивированный к освоению функционально близких видов профессиональной деятельности, имеющих общие объекты (условия, цели) труда, либо иные схожие характеристики.	ЛР 34
Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях.	ЛР 36
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	
Осознающий культурное наследие региона, готовый его сохранять, поддерживать и развивать для формирования положительного имиджа региона.	ЛР 37
Жизнестойкий и адаптивный человек, готовый активно участвовать в развитии отрасли торговли и общественного питания региона, вне зависимости от	ЛР 38

глобальной неопределенности и стремительных изменений в общественной жизни.	
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями	
Многопрофильный специалист с коммуникативными способностями, творческим подходом к труду, эмоционально уравновешенный, устойчивый к стрессовым ситуациям и преданный общему делу.	ЛР 39
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса	
Принимающий роль наставляемого, который через взаимодействие с наставником и при его помощи и поддержке решает конкретные жизненные, личные и профессиональные задачи, приобретая новый опыт и развивая новые навыки и компетенции, а так же выступающий в роли наставника, имеющего успешный опыт в достижении жизненного, личного и профессионального результата, готового и компетентного поделиться опытом и навыками, необходимыми для стимуляции и поддержки процессов самореализации и самосовершенствования наставляемого.	ЛР 40

Педагогическое сопровождение профессионального выбора обеспечивается разнообразными способами:

- освоением профессионального цикла,
- экскурсиями на предприятия,
- встречами с профессионалами и их мастер-классами, и др.

Вовлечение родителей в коллегиальные формы управления воспитанием, организацию профориентационно значимого общения коллектива обучающихся с родителями как носителями трудового опыта и корпоративной культуры.

Реализация преподавателем воспитательного потенциала учебного занятия предполагает следующее:

- Установление доверительных отношений между способствующих позитивному восприятию требований и просьб, привлечению их внимания к обсуждаемой на занятии информации, активизации их познавательной деятельности;
- побуждение обучающихся соблюдать на занятии общепринятые нормы поведения, правила общения со старшими и сверстниками, принципы профессионального модуля и самоорганизации;
- привлечение внимания обучающихся к ценностному аспекту изучаемых на занятиях явлений, организация их работы с получаемой на занятии социально значимой информацией – инициирование ее обсуждения, высказывания обучающимися своего мнения, выработки своего отношения;
- использование воспитательных возможностей содержания профессионального модуля и МДК через демонстрацию примеров ответственного, гражданского поведения, проявления человеколюбия и добросердечности, через подбор соответствующих текстов для чтения, задач для решения, проблемных ситуаций для обсуждения в группе;
- применение на занятии интерактивных форм работы обучающихся: интеллектуальных игр, стимулирующих познавательную мотивацию; дидактического театра; дискуссий; групповой работы или работы в парах, которые учат обучающихся командной работе и взаимодействию;
- включение в занятие игровых процедур, которые помогают поддержать мотивацию подростков к получению знаний, налаживанию позитивных межличностных отношений в группе, помогают установлению доброжелательной атмосферы во время занятия;
- организация наставничества одних обучающихся над другими по их обоюдному согласию с целью освоения интересующих обеих областей знания, дающего обучающимся социально значимый опыт сотрудничества и взаимной помощи;

- инициирование и поддержка исследовательской деятельности обучающихся в рамках реализации ими индивидуальных и групповых исследовательских проектов, что даст им возможность приобрести навык самостоятельного решения теоретической проблемы, навык генерирования и оформления собственных идей, навык уважительного отношения к чужим идеям, оформленным в работах других исследователей, навык публичного аргументирования и отстаивания своей точки зрения.

Профессиональное развитие реализуется через совместные формы взаимодействия, но носят индивидуальный личностно-развивающий характер. Профессиональное развитие предоставляет возможности обучающимся:

- попробовать свои силы в выбранной или иной профессии, развивать в себе соответствующие навыки;

- совместное с преподавателем отработка практических занятий на базе предприятия, изучение интернет ресурсов, посвященных выбору профессий, прохождение профориентационного онлайн-тестирования, прохождение онлайн курсов по интересующим специальностям и направлениям образования;

- участие в работе всероссийских профориентационных проектов, участие в мастер-классах, посещение открытых уроков;

- индивидуальные консультации специалистов для студентов и их родителей по вопросам склонностей, способностей, дарований и иных индивидуальных особенностей подростков, которые могут иметь значение в процессе выбора ими профессии;

- освоение студентами основ профессии в рамках, включенных в образовательную программу курсов и мероприятий.

Требования к условиям реализации воспитания

– диагностика актуального состояния и индивидуально-личностного развития обучающихся;

– диагностика профессионально-личностного развития;

– оказание помощи в профессиональном выборе обучающихся; определении своих возможностей, исходя из способностей, склонностей, интересов, состояния здоровья (включая обучающихся с ОВЗ, инвалидностью); этно-культурных особенностей и социальной ситуации;

– своевременное выявление и оказание психолого-педагогической помощи в преодолении трудностей в учебной деятельности, межличностных отношениях (со сверстниками, педагогами, родителями и т.д.), адаптации на рабочем месте при прохождении производственной практики;

– профилактика вредных привычек и правонарушений;

– оказание обучающимся консультационной и психологической помощи в ситуациях семейных трудностей и неблагополучия;

– оказание психолого-педагогической помощи, консультирование и поддержка родителей (законных представителей) по вопросам воспитания.