

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ- ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»

Колледж технологии, моделирования и управления

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1
к ОПОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
(УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ)

Индекс УП/ПП	ПМ (индекс, наименование)	Вид практики (учебная/ производственная)	Тип (этап) практики (при наличии)	Семестр	Объем в часах
УП. 01.01	ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности	Учебная практика	ознакомительная	3	72
		Всего УП	X	X	72
ПП. 01.01	ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности	Производственная практика		4	108
ПП. 02.01	ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)	Производственная практика		5	108
ПП. 03.01	ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)	Производственная практика		4	108
ПП. 03.02	ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)	Производственная практика		6	144
		Всего ПП	X	X	468
		Итого практики	X	X	540

2026 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.1.1
к ОПОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП.01.01. ПМ. 01 Организация и осуществление торговой деятельности

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
1.1. Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы:	4
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П	5
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	6
2.1. Трудоемкость освоения учебной практики.....	6
2.2. Структура учебной практики	6
2.3. Содержание учебной практики.....	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики	7
3.2. Учебно-методическое обеспечение	7
3.3. Общие требования к организации учебной практики.....	9
3.4 Кадровое обеспечение процесса учебной практики	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы:

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки Специалистов торгового дела в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

(код и наименование специальности, профессии)

и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом (п. 5.1. ОПОП-П):

<i>УП.01.01 Учебная практика, Автоматизация торговой деятельности</i>	<i>ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности код и наименование ПМ</i>	<i>МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности код и наименование МДК</i> <i>МДК 01.02 Организация торговли код и наименование МДК</i> <i>МДК 01.03 Товароведение товаров промышленного производства код и наименование МДК</i>
---	--	---

Учебная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК / ПК	Наименование ОК / ПК
ПК 1.1.	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

Цель учебной практики: формирование первоначальных практических профессиональных умений в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: ВД 01 Организация и осуществление торговой деятельности

1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики

В результате прохождения учебной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида деятельности	Практический опыт / умения
<p>Организация и осуществление торговой деятельности</p>	<p>Знать: способы получения и обработки коммерческой информации с использованием системы электронного документооборота; порядок использования искусственного интеллекта при анализе юридических документов для проверки достоверности данных; структуру коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма; структуру внешнеторгового контракта; виды автоматизированных систем управления обязательствами по внешнеторговому контракту; спектр специализированных программных продуктов; особенности интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; инновационные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности</p> <p>Уметь: собирать сведения об основных потребительских свойствах товара, ценах, сроках годности с использованием цифровых технологий; составлять списки потенциальных партнеров в целях заключения договоров поставки; составлять коммерческое предложение, запрос, оферту, сопроводительное письмо; подготовить сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках; оптимизировать процесс управления обязательствами по внешнеторговому контракту; организовывать рабочее место с учетом продажи товаров с применением цифровых инструментов</p> <p>Иметь практический опыт: сбора информации для омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; выбора потенциального партнера для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта; отправки закупочной документации с использованием электронного документооборота; документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; использования автоматизированных систем управления обязательств по внешнеторговому контракту; оформления продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернета, безналичных платежей</p>

1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П

УП	Код ПК/ дополнительные (ПК*, ПКц)	Практический опыт	Наименование темы практики	Объем часов	Обоснование увеличения объема практики
-					
Всего академических часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П -					

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем, ак.ч.	Форма проведения учебной практики (концентрированно/ рассредоточено)	Курс / семестр	Форма промежуточной аттестации
УП. 01.01	72	концентрированно	1	Зачет с оценкой
Всего УП	72	X	X	X

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объем часов
УП 01.01. Учебная практика, Автоматизация торговой деятельности				
ПК 1.1	Раздел 1. Организация торговли	1. Ознакомление с общими характеристиками торгового предприятия. 2. Характеристика торгового предприятия по виду розничной классификации.	Тема 1.1. Характеристика торгового предприятия по виду розничной классификации.	12
ПК 1.2	Раздел 1. Организация торговли	3. Ознакомление с особенностями структуры коммерческой службы торгового предприятия. 4. Ознакомление с должностными обязанностями работников торгового предприятия.	Тема 1.2 Структуры коммерческой службы торгового предприятия.	12
ПК 1.3	Раздел 1. Организация торговли	5. Ознакомление с поставщиками товаров, сроками заключения договора на поставку товаров, с содержанием договора поставки	Тема 1.3 Поставка товаров	12
ПК 1.4	Раздел 1. Организация торговли	6. Оформление договора поставки	Тема 1.4 Договор поставки	6
ПК 1.5	Раздел 1. Организация торговли	6. Оформление договора поставки	Тема 1.4 Договор поставки	6
ПК 1.6	Раздел 1. Организация торговли	7. Виды автоматизации торговой деятельности. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей. 8. Информация о выбранном товаре. 9. Работа в торговом зале.	Тема 1.5 Виды автоматизации торговой деятельности.	22
Зачет с оценкой				2
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				72

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
УП 01.01. ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности		72
Раздел 1. Организация торговли		
Тема 1.1. Характеристика торгового предприятия по виду розничной классификации.	Содержание	12
	Торговое предприятие, его характеристики.	
Тема 1.2 Структуры коммерческой службы торгового предприятия.	Содержание	
	Структуры коммерческой службы торгового предприятия. Должностные обязанности работников торгового предприятия.	12
Тема 1.3 Поставка товаров	Содержание	12
	Поставка товаров	
Тема 1.4 Договор поставки	Содержание	12
	Договор поставки	
Тема 1.5 Виды автоматизации торговой деятельности.	Содержание	22
	Виды автоматизации торговой деятельности. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей.	
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		2

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Кабинет «Менеджмента», оснащенный оборудованием:

стол и стул преподавателя,

столы и стулья ученические (по кол-ву студентов в группе),

техническими средствами обучения:

компьютер с лицензионным программным обеспечением Microsoft Windows10 Pro; Office Standard 2016;

мультимедийный проектор; экран.

Оснащенные базы практики АО «БГД»

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 265 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17372-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588743>

2. Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 369 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19166-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584173>

3. Кузьмина, Е. Е. Предпринимательская деятельность : учебник для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 469 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16460-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585153>
4. Левкин, Г. Г. Основы коммерческой деятельности : учебное пособие для СПО / Г. Г. Левкин, А. Н. Ларин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 140 с. — ISBN 978-5-4488-1987-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138451.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
5. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров : учебное пособие для СПО / Д. В. Закамов, А. Р. Луц, Д. А. Майдан, Е. А. Морозова. — Саратов : Профобразование, 2021. — 378 с. — ISBN 978-5-4488-1264-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106864.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3.2.2. Дополнительные источники (при необходимости)

1. Аксёнова, Л. И. Товароведение непродовольственных товаров : учебное пособие / Л. И. Аксёнова, Н. А. Сариева, Г. В. Герлиц. — 2-е изд. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2022. — 455 с. — ISBN 978-985-895-053-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134166.html>
2. Филиппова, К. В. Товароведение непродовольственных товаров. Практикум : учебное пособие / К. В. Филиппова. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2022. — 264 с. — ISBN 978-985-895-059-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134156.html>
3. Минько, Э. В. Оценка качества товаров и основы экспертизы : учебное пособие для СПО / Э. В. Минько, А. Э. Минько. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 236 с. — ISBN 978-5-4488-1738-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/135504.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Учебно-методическая 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, 2026. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/586776>

Электронные источники.

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>

3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>

3.3. Общие требования к организации учебной практики

Учебная практика проводится в учебно-производственных мастерских, лабораториях и иных структурных подразделениях образовательного учреждения, либо в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее – Профильная организация), и образовательным учреждением.

Сроки проведения учебной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Учебная практика реализуется в форме практической подготовки и проводится непрерывно при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса учебной практики

Учебная практика проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями дисциплин профессионального цикла.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Индекс УП	Код ПК, ОК	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
УП.01.01	ПК 1.1.	пользуется современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; проводит исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; обобщает и систематизирует коммерческую информацию, формирует базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывает в формате электронных таблиц и формулирует аналитические выводы; анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; создает и ведет информационную базу данных поставщиков и покупателей; составляет документы, формирует, архивирует, направляет документы и информацию; обобщает полученную информацию, обрабатывает ее с применением программных продуктов; обобщает и систематизирует коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.	аттестационный лист, отчет и (или) портфолио студента, содержащие графические, аудио, фото, видео материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике

	ПК 1.2.	<p>применяет нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;</p> <p>осуществляет выбор поставщиков;</p> <p>оформляет заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</p> <p>составляет документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществляет безналичные расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств;</p> <p>создает и ведет информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;</p> <p>обобщает полученную информацию, статистически ее обрабатывает и формулирует аналитические выводы, архивирует полученную информацию и обеспечивает ее безопасность;</p> <p>работает в единой информационной системе.</p>	
	ПК 1.3.	<p>применяет основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;</p> <p>составляет документы, формирует, архивирует, направляет документы и информацию;</p> <p>обосновывает начальную (максимальную) цену закупки;</p> <p>описывает объект закупки;</p> <p>разрабатывает закупочную документацию;</p> <p>работает в единой информационной системе; взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;</p> <p>анализирует поступившие заявки, оценивает результаты и подводит итоги закупочной процедуры;</p> <p>формирует и согласовывает протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;</p> <p>проверяет необходимую документацию для заключения контрактов и осуществляет процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями).</p>	
	ПК 1.4.	<p>классифицирует товары на внутренних и внешних рынках;</p> <p>разрабатывает тексты рекламной информации о продукции организации на</p>	

		<p>иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; осуществляет деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; осуществляет взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; подготавливает коммерческие предложения, запросы; оформляет документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов.</p>	
	ПК 1.5.	<p>составляет и оформляет отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; осуществляет организацию оплаты/возврата денежных средств, организует уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; обобщает и систематизирует коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; осуществляет цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использует технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота.</p>	
	ПК 1.6.	<p>осуществляет процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; осуществляет процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; проводит анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; осуществляет контроль за количеством и сроками хранения продовольственных</p>	

	<p> товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); использует технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; применяет цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; применяет технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; управления полочным пространством магазина в облачной АВМ SHELF; оформляет факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; применять электронный документооборот; осуществляет торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций; применяет основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; оформляет заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; осуществляет цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использует технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; пользуется современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках. </p>	
--	--	--

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПП.01.01. ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности

ПП.02.01. ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)

ПП.03.01. ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)

ПП.03.02. ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)

2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	15
1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы:	15
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики	17
1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	19
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	22
2.1. Трудоемкость освоения производственной практики.....	22
2.2. Структура производственной практики	22
2.3. Содержание производственной практики.....	26
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	29
3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики	29
3.2. Учебно-методическое обеспечение	29
3.3. Общие требования к организации производственной практики.....	30
3.4 Кадровое обеспечение процесса производственной практики.....	30
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	30

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы:

Рабочая программа производственной практики (ПП) является частью программы подготовки Специалистов торгового дела в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

(код и наименование специальности, профессии)

и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом (п. 5.1. ОПОП-П):

ПП.01.01 Производственная практика, Организация и осуществление торговой деятельности	<i>ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности</i> <i>код и наименование ПМ</i>	<i>МДК 01.01 Организация коммерческой деятельности</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 01.02 Организация торговли</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 01.03 Товароведение товаров промышленного производства</i> <i>код и наименование МДК</i>
ПП.02.01 Производственная практика, Исследования рынка	<i>ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)</i> <i>код и наименование ПМ</i>	<i>МДК 02.01 Организация предпринимательской деятельности</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 02.02 Бизнес-планирование</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 02.03 Маркетинговые исследования рынка</i> <i>код и наименование МДК</i>
ПП.03.01 Производственная практика, Практика по работе с клиентами	<i>ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)</i> <i>код и наименование ПМ</i>	<i>МДК 03.01 Методы продаж потребительских товаров</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 03.02 Координация работы с клиентами</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 03.03 Электронная коммерция</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 03.04 Анализ финансово-хозяйственной деятельности</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 03.05 Технология интернет-маркетинга</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 03.06 Маркетинг</i> <i>код и наименование МДК</i>
ПП.03.02 Производственная практика, Оценка торгово-экономической деятельности предприятия (преддипломная практика)	<i>ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)</i> <i>код и наименование ПМ</i>	<i>МДК 03.01 Методы продаж потребительских товаров</i> <i>код и наименование МДК</i> <i>МДК 03.02 Координация работы с клиентами</i> <i>код и наименование МДК</i>

		<p><i>МДК 03.03 Электронная коммерция</i> код и наименование МДК</p> <p><i>МДК 03.04 Анализ финансово-хозяйственной деятельности</i> код и наименование МДК</p> <p><i>МДК 03.05 Технология интернет-маркетинга</i> код и наименование МДК</p> <p><i>МДК 03.06 Маркетинг</i> код и наименование МДК</p>
--	--	--

Производственная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК / ПК	Наименование ОК / ПК
ПК 1.1	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
ПК 2.1.	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинг
ПК 2.2.	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПК 2.3.	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
ПК 2.4.	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
ПК 2.5.	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.6.	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.7.	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
ПК 2.8.	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы
ПК 3.1	Определять готовность веб-сайта к продвижению
ПК 3.2.	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

ПК 3.3	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет
ПК 3.4	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет- сообщество
ПК 3.5	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
ПК 3.6	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Цель производственной практики: приобретение практического опыта в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности:

ВД 01 Организация и осуществление торговой деятельности

ВД 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)

ВД 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)

1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики

В результате прохождения производственной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида деятельности	Практический опыт / умения
ВД 01 Организация и осуществление торговой деятельности	<p>Знать: методику анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков; типовую структуру внешнеторгового контракта; методы анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; виды закупочной документации в торговой организации; порядок заключения внешнеторгового контракта; систему контроля за выполнением обязательств по внешнеторговому контракту; правила приемки товаров поставщиком и заказчиком по количеству и качеству</p> <p>Уметь: анализировать конъюнктуру и емкость товарных рынков; составлять внешнеторговый контракт с иностранным партнером; фиксировать действия по приемке товаров; составлять документацию для заключения внешнеторгового контракта; осуществлять проверку необходимой документации до исполнения внешнеторгового контракта; принимать товары по количеству и качеству</p> <p>Иметь практический опыт: поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции с использованием информационных технологий; подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом; алгоритма проведения закупочных процедур, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведения итогов закупочной процедуры; формирования проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта с использованием цифровых технологий;</p>

	использования систем контроля за выполнением обязательств по внешнеторговому контракту; документального оформления приёмки товаров по количеству и качеству
ВД 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)	<p>Знать: основные характеристики рынка; этапы маркетинговых исследований, порядок составления плана маркетинговых исследований; стратегии продвижения товаров; порядок мониторинга и прогнозирования цен; показатели конкурентоспособности товара на внутреннем и внешнем рынках; основные этапы составления финансового плана компании; методы сбора информации для расчета экономических показатели предпринимательской деятельности; виды мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; методы сбора информации о потенциальных возможностях и угроза для бизнеса</p> <p>Уметь: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; анализировать стратегии продвижения товаров; обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных предприятия; оценивать показатели конкурентоспособности товара на внутреннем и внешнем рынках; применять инструменты бизнес-планирования; анализировать результаты предпринимательской деятельности; определять меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции; составлять формы сбора информации и план маркетингового исследования</p> <p>Иметь практический опыт: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; разработки стратегий продвижения товаров; использования ИИ для исследования цен на товары; составления заключения о конкурентоспособности товара на внутреннем и внешнем рынках; использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; определения мероприятий для повышения эффективности предпринимательской деятельности; составления плана мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; проведения SWOT анализа, анализа конкурентов, ABC анализа</p>
ВД 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)	<p>Знать: методы работы по поиску и обработке информации о клиентах; методики выявления потребностей клиентов; техники выявления потребностей клиентов; методику проведения деловых переговоров с клиентами, партнерами, виды, примеры деловых переговоров; понятие плана продаж, цели, требования, этапы создания, процесс формирования плана продаж;</p>

	<p>методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;</p> <p>методы контроля товарных запасов;</p> <p>составляющие аналитического отчета по продажам;</p> <p>этапы послепродажного обслуживания клиентов</p> <p>Уметь:</p> <p>работать с доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы;</p> <p>устанавливать контакты с клиентом, определять потребности клиентов для увеличения продаж или оказания услуги;</p> <p>выявлять потребности и отработать возражения, провести деловые переговоры с максимальной выгодой для обеих сторон;</p> <p>разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж, используя способы стимулирования продаж: скидки, сезонные распродажи, бонусы и др.;</p> <p>разрабатывать мероприятия по стимулированию покупательского спроса;</p> <p>осуществлять отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;</p> <p>собирать необходимые данные из различных источников, включая CRM систему;</p> <p>снижать количество негативных отзывов на информационных ресурсах предприятия</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>определения приоритетных потребностей клиентов;</p> <p>формирования коммерческих предложений по продаже товаров;</p> <p>обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки;</p> <p>внедрять и применять мероприятия по выполнению плана продаж;</p> <p>разработки плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий;</p> <p>оформления документации при отгрузке/выдаче продукции;</p> <p>составления отчетов по продажам в автоматизированной системе предприятия;</p> <p>разработки мероприятия по организации послепродажного обслуживания</p>
--	---

1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П

Код ПП	Код ПК/дополнительные (ПК*, ПКц)	Практический опыт	Наименование темы практики	Объем часов ПП	Обоснование увеличения объема практики
ПП. 03.02	ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению	проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта	Тема 1.1 Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей	144	По запросу работодателей ООО «ФНО «Меркурий»», АО «Большой Гостиный Двор», ООО «Савва»

			<p>клиентов, включая CRM систему.</p> <p>Тема 1.2 Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров</p>	
	<p>ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию; составлять информационно-аналитические справки</p>	<p>Тема 2.1 Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.</p> <p>Тема 2.2 Разработка Уникального торгового предложения.</p> <p>Тема 2.3 Подготовка презентации товара</p>	
	<p>ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет</p>	<p>анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, определения стратегии продвижения в социальных сетях</p>	<p>Тема 3.1 Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки.</p> <p>Тема 3.2. Разработка</p>	

			мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности		
	ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество	размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Тема 4.1 Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности и клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. Тема 4.2 Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности		
	ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	составления технического задания для создания лендинга для сторонних организаций; расчета бюджета на создание лендинга	Тема 5.1 Ведение деловой переписки с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж. Тема 5.2 Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий		
	ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	разработки рекомендаций по росту выручки торговой организации; анализа оценки эффективности хозяйствования и разработки практических рекомендаций в целях повышения прибыльности торгового предприятия	Тема 6.1 Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции. Тема 6.2 Мониторинг и		

			<p>контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.</p> <p>Тема 6.3 Урегулирование спорных вопросов, претензий. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов</p>		
Объем производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П -144 ак.ч.					

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения производственной практики

Код ПП	Объем, ак.ч.	Форма проведения производственной практики (концентрированно/ рассредоточено)	Курс / семестр
ПП. 01.01	108	концентрированно	4 сем
ПП. 02.01	108	концентрированно	5 сем
ПП. 03.01	108	концентрированно	4 сем
ПП. 03.02	144	концентрированно	6 сем
Всего ПП	468	X	X

2.2. Структура производственной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Виды работ	Наименование тем производственной практики	Объем часов
ПП 01.01. ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности			Организация и осуществление торговой деятельности	108
ПК 1.1	Раздел 1. Организация торговли	1.Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия 2. Особенности устройства торгового предприятия (план торгового зала, размещение оборудования, коэффициенты использования площади торгового зала)	Тема 1.1. Особенности устройства торгового предприятия	12

ПК 1.2	Раздел 1. Организация торговли	3. Характеристика частоты завоза товаров, объема поставок (на примере нескольких товарных групп) 4. Участие в приемке товаров по количеству и качеству	Тема 1.2 Характеристика частоты завоза товаров, объема поставок	12
ПК 1.3	Раздел 1. Организация торговли	5. Оформление приходных документов	Тема 1.3 Приходные документы	18
ПК 1.4	Раздел 1. Организация торговли	6. Выполнение операций оприходования товаров	Тема 1.4 Выполнение операций оприходования товаров	18
ПК 1.5	Раздел 1. Организация торговли	7. Участие в организации хранения товаров	Тема 1.5 Хранение товаров	12
ПК 1.6	Раздел 1. Организация торговли	8. Изучение ассортимента товаров по различным классификационным признакам 9. Изучение инструкций по охране труда	Тема 1.6 Ассортимент товаров по различным классификационным признакам. ТБ	32
Зачет с оценкой				2
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				108
ПП 02.01. ПМ 02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)			Исследования рынка	108
ПК 2.1	Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка	1. Ознакомление с предприятием. 2. Характеристика рынка.	Тема 1.1. Рынок. Характеристики рынка	18
ПК 2.2	Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка	3. Проведение исследования по оценке свойств товара	Тема 1.2 Исследования по оценке свойств товара	30
ПК 2.3				
ПК 2.4	Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка	4. Проведение исследования по анализу конкурентов.	Тема 1.3 исследования по анализу конкурентов.	30
ПК 2.5	Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка	5. SWOT-анализ. 6. Анализ конкурентов по Портеру. 7. ABC анализ.	Тема 1.4 Анализ конкурентов	28
ПК 2.6	Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка			
ПК 2.7	Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка			
ПК 2.8	Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка			
Зачет с оценкой				2

			ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1	108
ПП 03.01. ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)			Практика по работе с клиентами	108
ПК 3.1	Раздел 1. Координация работы с клиентами	1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов.	Тема 1.1. Источники информации для расширения клиентской базы	12
ПК 3.2	Раздел 1. Координация работы с клиентами	2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 3. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. 4. Разработка Уникального торгового предложения. 5. Подготовка презентации товара. 6. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки.	Тема 1.2 Работа с клиентами	26
ПК 3.3	Раздел 1. Координация работы с клиентами			
ПК 3.4	Раздел 1. Координация работы с клиентами	7. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности. 8. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 9. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности. 10. Ведение деловой переписки с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж.	Тема 1.3 Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности	26
ПК 3.5	Раздел 1. Координация работы с клиентами			

		11. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.		
ПК 3.6	Раздел 1. Координация работы с клиентами	12. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции. 13. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 14. Урегулирование спорных вопросов, претензий	Тема 1.4 Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов	14
ПК 3.7	Раздел 1. Координация работы с клиентами	15. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.	Тема 1.5 Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.	14
ПК 3.8	Раздел 1. Координация работы с клиентами	16. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания	Тема 1.6 Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания	14
Зачет с оценкой				2
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				108
ПП 03.02. ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)			Оценка торгово-экономической деятельности предприятия (преддипломная практика)	144
ПК 3.1	Раздел 1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	1. Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия.	Тема 1.1. Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия	12
		2. Анализ ассортимента предприятия. 3. Потребительские свойства и показатели качества товара. 4. Технология продаж торговой организации. 5. Планировка торгового зала	Тема 1.2 Анализ ассортимента предприятия	36
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				48
ПК 3.2	Раздел 2. Финансы, налоги и налогообложение	6. Размещение и выкладка товаров в торговом зале. 7. Определение общего объема товарооборота и анализ его динамики	Тема 2.1. Определение общего объема товарооборота и	36

			анализ его динамики	
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 2				36
ПК 3.3	Раздел 3. Маркетинг	8. Анализ товарно-групповой структуры и ритмичности товарооборота	Тема 3.1 Маркетинговые исследования	58
ПК 3.4		9. Факторный анализ товарооборота		
ПК 3.5		10. Проведение маркетингового исследования		
ПК 3.6		11. Рекомендации по росту товарооборота торговой организации		
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 3				58
Зачет с оценкой				2
Всего				144

2.3. Содержание производственной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем производственной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
ПП 01.01. ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности		108
Раздел 1. Организация торговли		108
Тема 1.1. Особенности устройства торгового предприятия	Содержание	12
	1. Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия 2. Особенности устройства торгового предприятия (план торгового зала, размещение оборудования, коэффициенты использования площади торгового зала)	
Тема 1.2 Характеристика частоты завоза товаров, объема поставок	Содержание	12
	3. Характеристика частоты завоза товаров, объема поставок (на примере нескольких товарных групп) 4. Участие в приемке товаров по количеству и качеству	
Тема 1.3 Приходные документы	Содержание	18
	5. Приходные документы	
Тема 1.4 Выполнение операций оприходования товаров	Содержание	18
	6. Выполнение операций оприходования товаров	
Тема 1.5 Хранение товаров	Содержание	12
	6. Хранение товаров	
Тема 1.6 Ассортимент товаров по различным классификационным признакам. ТБ	Содержание	32
	8. Изучение ассортимента товаров по различным классификационным признакам	
	9. Изучение инструкций по охране труда	
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		2
ПП 02.01. ПМ 02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)		108

Раздел 1. Маркетинговые исследования рынка		108
Тема 1.1. Рынок. Характеристики рынка	Содержание	18
	1. Ознакомление с предприятием. 2. Характеристика рынка.	
Тема 1.2 Исследования по оценке свойств товара	Содержание	30
	3. Проведение исследования по оценке свойств товара	
Тема 1.3 исследования по анализу конкурентов.	Содержание	30
	4. Проведение исследования по анализу конкурентов.	
Тема 1.4 Анализ конкурентов	Содержание	28
	5. SWOT-анализ. 6. Анализ конкурентов по Портеру. 7. ABC анализ.	
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		2
ПП 03.01. ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)		108
Раздел 1. Координация работы с клиентами		108
Тема 1.1. Источники информации для расширения клиентской базы	Содержание	12
	1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов	
Тема 1.2 Работа с клиентами	Содержание	26
	2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 3. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. 4. Разработка Уникального торгового предложения. 5. Подготовка презентации товара. 6. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки	
Тема 1.3 Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности	Содержание	26
	7. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности. 8. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 9. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.	

	10. Ведение деловой переписки с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж. 11. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий	
Тема 1.4 Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов	Содержание	14
	12. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции. 13. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 14. Урегулирование спорных вопросов, претензий	
Тема 1.5 Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.	Содержание	14
	15. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж	
Тема 1.6 Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.	Содержание	14
	16. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания	
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		2
ПП 03.02. ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)		144
Раздел 1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		48
Тема 1.1. Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия	Содержание	12
	1. Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия.	
Тема 1.2 Анализ ассортимента предприятия	Содержание	36
	2. Анализ ассортимента предприятия. 3. Потребительские свойства и показатели качества товара. 4. Технология продаж торговой организации. 5. Планировка торгового зала. 6. Размещение и выкладка товаров в торговом зале	
Раздел 2. Финансы, налоги и налогообложение		36
Тема 2.1. Определение общего объема товарооборота и анализ его динамики	Содержание	36
	7. Определение общего объема товарооборота и анализ его динамики. 8. Анализ товарно-групповой структуры и ритмичности товарооборота. 9. Факторный анализ товарооборота	
Раздел 3. Маркетинг		58
Тема 3.1 Маркетинговые исследования	Содержание	58
	10. Проведение маркетингового исследования. 11. Рекомендации по росту товарооборота торговой организации	
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		2

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики

Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся (далее – Профильные организации).

База прохождения производственной практики должна быть укомплектована оборудованием, техническими средствами обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся. База практики должна обеспечивать безопасные условия труда для обучающихся.

При определении мест производственной практики (по профилю специальности) для лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются рекомендации медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации, относительно рекомендованных условий и видов труда.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Кулагина, Н. А. Практический курс анализа хозяйственной деятельности предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 135 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16971-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585626>
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-1922-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138133.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Финансы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 494 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16816-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/588285>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Григорьева, Т. И. Анализ финансового состояния предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Т. И. Григорьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 486 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9692-0995-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589363>.
2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21300-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569589>
3. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией Д. В. Буракова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 303 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17281-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/584845>

Учебно-методическая литература

1. Шамис, В. А. Основы маркетинга : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-1655-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134193.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Шамис, В. А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124751.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

Электронные источники

1. Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru>
2. Электронная библиотека учебных изданий СПбГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://publish.sutd.ru>
3. Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru>

3.3. Общие требования к организации производственной практики

Производственная практика проводится в профильных организациях на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией СПО и профильными организациями.

В период прохождения производственной практики обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики.

Сроки проведения производственной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Производственная практика реализуется в форме практической подготовки и проводится непрерывно при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4 Кадровое обеспечение процесса производственной практики

Организацию и руководство производственной практикой осуществляют руководители практики от образовательной организации и от профильной организации.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Индекс ИП	Код ПК, ОК	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПП.01.01	ПК 1.1	пользуется современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; проводит исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; обобщает и систематизирует коммерческую информацию, формирует базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывает в формате электронных таблиц и формулирует	оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); зачёт по практике; квалификационный экзамен; оценка портфолио

	<p>аналитические выводы; анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;</p> <p>создает и ведет информационную базу данных поставщиков и покупателей;</p> <p>составляет документы, формирует, архивирует, направляет документы и информацию;</p> <p>обобщает полученную информацию, обрабатывает ее с применением программных продуктов;</p> <p>обобщает и систематизирует коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.</p>	(аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)
ПК 1.2	<p>применяет нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;</p> <p>осуществляет выбор поставщиков;</p> <p>оформляет заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</p> <p>составляет документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществляет безналичные расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств;</p> <p>создает и ведет информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;</p> <p>обобщает полученную информацию, статистически ее обрабатывает и формулирует аналитические выводы, архивирует полученную информацию и обеспечивает ее безопасность;</p> <p>работает в единой информационной системе.</p>	
ПК 1.3	<p>применяет основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;</p> <p>составляет документы, формирует, архивирует, направляет документы и информацию;</p> <p>обосновывает начальную (максимальную) цену закупки;</p> <p>описывает объект закупки;</p> <p>разрабатывает закупочную документацию;</p> <p>работает в единой информационной системе;</p> <p>взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;</p> <p>анализирует поступившие заявки, оценивает результаты и подводит итоги закупочной процедуры;</p> <p>формирует и согласовывает протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;</p> <p>проверяет необходимую документацию для заключения контрактов и осуществляет процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями).</p>	
ПК 1.4	<p>классифицирует товары на внутренних и внешних рынках;</p> <p>разрабатывает тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;</p>	

		<p>осуществляет деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;</p> <p>осуществляет взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;</p> <p>подготавливает коммерческие предложения, запросы;</p> <p>оформляет документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов.</p>	
	ПК 1.5	<p>составляет и оформляет отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;</p> <p>осуществляет организацию оплаты/возврата денежных средств, организывает уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;</p> <p>обобщает и систематизирует коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;</p> <p>осуществляет цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использует технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота.</p>	
	ПК 1.6	<p>осуществляет процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;</p> <p>осуществляет процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;</p> <p>проводит анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;</p> <p>осуществляет контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);</p> <p>использует технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;</p> <p>применяет цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;</p> <p>применяет технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;</p> <p>управления полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;</p> <p>оформляет факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;</p> <p>применять электронный документооборот;</p>	

		<p>осуществляет торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций;</p> <p>применяет основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;</p> <p>оформляет заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</p> <p>осуществляет цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использует технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</p> <p>пользуется современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.</p>	
ПП.02.01	ПК 2.1	<p>применяет методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;</p> <p>определяет подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</p> <p>составляет комплексный план проведения маркетингового исследования;</p> <p>составляет точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;</p> <p>проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p>	<p>оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); зачёт по практике;</p> <p>квалификационный экзамен; оценка портфолио (аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)</p>
	ПК 2.2	<p>обеспечивает продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</p> <p>использует методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.</p>	
	ПК 2.3	<p>обрабатывает и анализирует информацию о ценах на товары, работы, услуги; работает с информационной базой данных</p>	
	ПК 2.4	<p>анализирует текущую рыночную конъюнктуру</p>	
	ПК 2.5	<p>применяет нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</p> <p>развивает идеи до бизнес-предложений;</p> <p>оценивает инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;</p> <p>оценивает риски, связанные с бизнесом;</p> <p>анализирует бизнес-концепции;</p> <p>предлагает идеи для дальнейшего развития;</p> <p>применяет методы принятия оптимальных решений;</p> <p>находит аргументы в пользу идей;</p> <p>принимает в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;</p> <p>обосновывает и оценивает цели и ценности;</p> <p>представляет идеи, дизайн, видения и решения;</p> <p>применяет при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;</p>	

		использует для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; создает деловые электронные презентации	
	ПК 2.6	собирает и анализирует исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; использует методы экономического анализа; анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; оформляет результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами	
	ПК 2.7	разрабатывает меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; оптимально использует материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; предлагает организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации.	
	ПК 2.8	собирает информацию о бизнес-проблемах; анализирует финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.	
ПП.03.01	ПК 3.1	работает с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; ведет и актуализирует базу данных клиентов; формирует отчетную документацию по клиентской базе; анализирует деятельность конкурентов; определяет приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; планирует исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; ведет реестр реквизитов клиентов; использует программные продукты.	оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); зачёт по практике; квалификационный экзамен; оценка портфолио (аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)
	ПК 3.2	планирует объемы собственных продаж; устанавливает контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; использует и анализирует имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; формирует коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости;	

	<p>предоставляет информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работает с возражениями клиента; применяет техники по закрытию сделки; суммировать выгоды и предлагает план действий клиенту; фиксирует результаты преддоговорной работы в установленной форме; обеспечивает конфиденциальность полученной информации; анализирует результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывает план дальнейших действий.</p>	
ПК 3.3	<p>оформляет и согласовывает договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; подготавливает документацию для формирования заказа; осуществляет мероприятия по размещению заказа; следит за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; принимает корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; осуществляет/контролирует отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; оформляет документацию при отгрузке/выдаче продукции; осуществляет урегулирование спорных вопросов, претензий; организовывает работу и оформляет документацию в соответствии со стандартами организации; соблюдает конфиденциальность информации; предоставляет клиенту достоверную информацию; корректно использует информацию, предоставляемую клиенту; соблюдает в работе принципы клиентоориентированности; обеспечивает баланс интересов клиента и организации; обеспечивает соблюдение требований охраны.</p>	
ПК 3.4	<p>Разрабатывает предложения для формирования плана продаж товаров; собирает, анализирует и систематизирует данные по объемам продаж; планирует работу по выполнению плана продаж; анализирует установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; анализирует и оценивает промежуточные результаты выполнения плана продаж; анализирует возможности увеличения объемов продаж; планирует и контролирует поступление денежных средств; обеспечивает наличие демонстрационной продукции; применяет программы стимулирования клиента для увеличения продаж;</p>	

		<p>планирует рабочее время для выполнения плана продаж;</p> <p>планирует объемы собственных продаж;</p>	
	ПК 3.5	<p>оценивает эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;</p> <p>разрабатывает мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;</p> <p>разрабатывает и проводит комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; анализирует и систематизирует информацию о состоянии рынка потребительских товаров;</p> <p>анализирует информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;</p> <p>анализирует результаты показателей удовлетворенности клиентов;</p> <p>вносит предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;</p> <p>вносит предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов.</p>	
	ПК 3.6	<p>анализирует и систематизирует данные по состоянию складских остатков;</p> <p>обеспечивает плановую оборачиваемость складских остатков;</p> <p>анализирует оборачиваемость складских остатков.</p>	