

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

- ПП. 01.01 ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности**
- ПП. 01.02 ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности**
- ПП. 02.02 ПМ 02. Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров**
- ПП. 03.02 ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга**
- ПП. 04.ПМ 01. Освоение профессии рабочего, должности служащего**

2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.1. Цель и место производственной практики в структуре образовательной программы:.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов производственной практики в рамках вариативной части ОПОП-П	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	7
2.1. Трудоемкость освоения производственной практики.....	7
2.2. Структура производственной практики.....	7
2.3. Содержание производственной практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	18
3.1. Материально-техническое обеспечение производственной практики.....	18
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	18
3.3. Общие требования к организации производственной практики.....	20
3.4 Кадровое обеспечение процесса производственной практики.....	20
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	21

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

специалистов торгового дела в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело 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 Организация и осуществление торговой деятельности	ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности	<i>МДК 01.01. Организация коммерческой деятельности</i>
ПП. 02.01 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров	ПМ 02. Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров	<i>МДК 02.02. Товароведение потребительских товаров</i>
ПП. 03.01 Организация и осуществление интернет-маркетинга	ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга	<i>МДК 03.02. Освоение профессии по должности Специалист по рекламе и маркетингу</i>
ПП. 04.01 Освоение профессии рабочего, должности служащего	ПМ 04. Освоение профессии рабочего, должности служащего	<i>МДК 04.01. Освоение профессии по должности Продавец непродовольственных товаров МДК 04.02. Освоение профессии по должности Продавец продовольственных товаров</i>

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

Код ОК / ПК	Наименование ОК / ПК
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;
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.	Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий.
ПК. 2.2.	Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров.
ПК 2.3.	Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения.
ПК 2.4.	Выполнять операции, по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров.
ПК 2.5.	Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий
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: «Организация и осуществление торговой деятельности», «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров», «Организация и осуществление интернет-маркетинга».

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:

Наименование вида деятельности	Практический опыт / умения
организация и осуществление торговой деятельности	<i>Владеть навыками:</i> - подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; - установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; - выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью. <i>Уметь:</i> - проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; - создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; - обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.
товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров	<i>Владеть навыками:</i> - решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий; - применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; - разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров; - организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов. <i>Уметь:</i> - применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; - оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; - выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации; - организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты; - применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров.
организация и осуществление интернет-маркетинга	<i>Владеть навыками:</i> - проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) и визуально-эстетического решения аудируемого веб-сайта; - анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; - определения стратегии продвижения в социальных сетях;

	- размещения текстовых, медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. <i>Уметь:</i> - анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; - составлять контент-планы; - писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций и работать с бесплатными сервисами по разработке лендинга; - определять СТА для лендингов; - создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок.
--	---

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

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	36	концентрированно	4
ПП. 01.02	36	концентрированно	5
ПП. 02.01	36	концентрированно	4
ПП. 03.02	36	концентрированно	5
ПП. 04.01	36	концентрированно	4
ПП. 04.02	36	концентрированно	5
Всего ПП	216	X	X

2.2. Структура производственной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объе м часо в
ПП. 01.01 ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности				
ПК. 1.1.	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности	1. Сбор и обработка информации из информационно- телекоммуникационной сети Интернет потребностях субъектов рынка на товары и услуги гипотетического предприятия	Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	6
ПК. 1.2.		2. Подготовка процедуры подписания контракта с контрагентом	Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	6
ПК. 1.3.		3. Составление и оформление закупочной документации	Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	6
ПК. 1.4.		4. Проведение закупочной процедуры.	Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	6
ПК. 1.5.		5. Оценка выполнения обязательств по контракту, в том числе с использованием цифровых технологий	Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по договорам	6
ПК. 1.6.		6. Выполнение работ в	Тема 1.1.	6

		учебном магазине	Информационное обеспечение торговой деятельности	
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				36
ПК. 1.1.	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	1. Сбор и обработка информации из информационно-телекоммуникационной сети Интернет потребностях субъектов рынка на товары и услуги гипотетического предприятия	Тема 2.3. Организация и управление торговыми технологическими процессами в электронной торговле	6
ПК. 1.2.		2. Подготовка процедуры подписания контракта с контрагентом	Тема 2.4. Организация закупок в коммерческих организациях	6
ПК. 1.3.		3. Составление и оформление закупочной документации	Тема 2.4. Организация закупок в коммерческих организациях	6
ПК. 1.4.		4. Проведение закупочной процедуры.	Тема 2.4. Организация закупок в коммерческих организациях	6
ПК. 1.5.		5. Оценка выполнения обязательств по контракту, в том числе с использованием цифровых технологий	Тема 2.4. Организация закупок в коммерческих организациях	6
ПК. 1.6.		6. Выполнение работ в учебном магазине	Тема 2.1. Организация и управление торговыми технологическими процессами в оптовой торговле	6
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 2				36
ПП. 02.01 ПМ 02. Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров				
ПК. 2.1.	Раздел 1. Теоретические основы товароведения	Провести проверку соответствия контрольно-идентификационных знаков на подлинность	Тема 1.5. Товарная информация	6
ПК. 2.2.		Провести идентификационную классификацию товарных групп	Тема 1.3. Качество товаров и свойства товаров	6
ПК 2.3.		Описать условия сохранения	Тема 1.4. Обеспечение качества и количества товаров	6
ПК 2.4.		Провести оценку качества продовольственных товаров различными методами	Тема 1.4. Обеспечение качества и количества товаров	6
ПК 2.5.		Проведение анализа ассортиментной политики предприятия (составить товарную/ассортиментную	Тема 1.1. Предмет и основные категории товароведения	12

		матрицу–практический результат учебной практики)	Тема 1.2. Методы товароведения	
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				36
ПП. 03.01 ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга				
ПК 3.1.	Раздел 2. Организация работы специалиста по рекламе и маркетингу	Проработка методов продвижения и поисковой оптимизации сайта	Тема 2.1. Аналитика веб-сайта	6
ПК 3.2.		Провести анализ пользователей информационно- телекоммуникационной сети "Интернет"	Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа пользователей сети Интернет	6
ПК 3.3.		Разработка стратегии продвижения в сети Интернет	Тема 2.3. Стратегия SEO-продвижения	6
ПК 3.4.		Проведение рекламной кампании с сети Интернет при помощи стратегий контент- маркетинг, SEO, SMM, email- маркетинг и PPC	Тема 2.4. Сервисы по продвижению компании в сети Интернет	6
ПК 3.5.		Составление технического задания на проведение рекламной кампании	Тема 2.5. Медиа планирование рекламных мероприятий	6
ПК 3.6.		Оценить эффективность стратегий продвижения	Тема 2.6. Оценка эффективности маркетинговых и рекламных мероприятий	6
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 2				36
ПП. 04.01 ПМ 04. Освоение профессии рабочего, должности служащего				
ПК. 1.6.	Раздел 1. Продавец непродовольственных товаров	Проверка состояния рабочей зоны (торгового зала, торговой секции, торгового прилавка и т.д.), торгового оборудования и инвентаря	Тема 1.3. Подготовка к продаже непродовольственных товаров	6
ПК. 2.1.		Анализ способов кодирования товаров, в том числе с применением цифровых технологий.	Тема 1.1. Товароведение и организация торговли непродовольственным и товарами	6
ПК. 2.2.		Выбор и обоснование методов идентификации товаров	Тема 1.1. Товароведение и организация торговли непродовольственным и товарами	6
ПК 2.3.		Определение условий для обеспечения сохранности количественных и качественных характеристик отдельных групп товаров	Тема 1.2. Определение качества поступивших товаров	6
ПК 2.4.		Порядок оценки качества органолептическим методом	Тема 1.2. Определение качества поступивших товаров	6
ПК 2.5.		Рациональные методы, техника и приемы выкладки	Тема 1.4. Выкладка товара	6

		различных групп товаров		
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				36
ПК. 1.6.	Раздел 2. Продавец продовольственных товаров	Проверка состояния рабочей зоны (торгового зала, торговой секции, торгового прилавка и т.д.), торгового оборудования и инвентаря	Тема 2.2. Проверка состояния рабочей зоны (торгового зала, торговой секции, торгового прилавка и т.д.), торгового оборудования и инвентаря	6
ПК. 2.1.		Анализ перечня товаров, подлежащий обязательной маркировке.	Тема 2.1. Товароведение и организация торговли непродовольственным и товарами	6
ПК. 2.2.		Изучение способов нанесения идентификационной товарной информации	Тема 2.1. Товароведение и организация торговли непродовольственным и товарами	6
ПК 2.3.		Определение условий для обеспечения сохранности количественных и качественных характеристик продовольственных товаров	Тема. 2.3. Проведение экспертизы продовольственных товаров	6
ПК 2.4.		Порядок оценки качества органолептическим методом	Тема. 2.3. Проведение экспертизы продовольственных товаров	6
ПК 2.5.		Изучение методов управление ассортиментом товаров	Тема 2.4. Методика составления товарного портфеля в магазине	6
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 2				36

2.3. Содержание производственной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
ПП. 01.01 ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности		
Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности		36
Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности	Содержание	6
	Понятие, значение, классификация, источники и комплексный подход к формированию информации. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Состояние и перспективы развития рынка потребительских товаров и услуг. Источники товарного предложения: состояние, тенденции изменения. Потребности как объект маркетинговой деятельности: понятие, их характеристика.	

	Субъекты - носители разных видов и разновидностей потребностей. Спрос: понятие, виды, факторы, влияющие на него. Влияние составных элементов комплекса маркетинга на спрос. Средства удовлетворения потребителей. Методы изучения и прогнозирования спроса. Понятие рыночной конъюнктуры, цели и методы ее анализа. Оценка показателей конъюнктуры рынка	
Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	Содержание	12
	Виды и формы торговли, функции, экономическое и социальное значение торговли и особенности торговой отрасли. Состояние и перспективы развития торговли в России. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, классификация. Изучение и поиск коммерческих партнеров: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации Организация претензионной работы. Требования к структуре и содержанию протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров.	
Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	Содержание	12
	Общая характеристика международных контрактов. Роль внешнеторгового контракта в реализации торговых сделок и операций на мировом рынке Нормативно-правовое регулирование процесса заключения и исполнения внешнеторгового соглашения. Процедура и техника подготовки международного торгового соглашения при прямых связях между контрагентами Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms-2010. Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура. Подготовка к заключению контрактов купли-продажи Содержание и порядок заключения и оформления внешнеторгового контракта. Контрактные требования к качеству товара. Ценообразование при заключении внешнеторгового контракта Основные понятия, организация и участники рекламного процесса. Основные виды и	

	средства распространения рекламы. Планирование рекламной кампании и оценка ее эффективности Методы разработки рекламной информации для внешних рынков. Методы разработки инструментов продвижения товаров и услуг отечественных производителей на внешних рынках.	
Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по договорам	Содержание	6
	Риски в коммерческой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Системы управления коммерческими рисками при ведении торговой деятельности. Выполнение контрактных обязательств по договорам Порядок урегулирования споров. Рассмотрение споров в государственном арбитражном суде. Международный коммерческий арбитраж. Исполнение арбитражных решений	
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		
Раздел 2. Организация и осуществление продаж		36
Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле	Содержание	6
	Понятие оптовой торговли, ее роль в современных условиях. Функции оптовой торговли. Виды оптовых торговых предприятий и их функции. Технология складского товародвижения в торговле. Склады – основное звено оптовой торговли, их функции. Классификация складов, их характеристика. Виды складов в зависимости от устройства, места в товародвижении, специализации, условий и сроков хранения. Виды складских зданий и сооружений, их характеристика. Принципы размещения товарных складов. Основные группы помещений склада. Основные помещения, их назначение и взаимосвязь. Устройство и планировка складов. Организация труда на складе. Основные категории работников, их функции	
Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле	Содержание	12
	1. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной коммерции. 2. Понятие Интернет-магазина	

	Принципы информационного наполнения сайта Интернет-магазина 3.Особенность организации торгово-технологического процесса в Интернет-торговле. Технологические операции и их взаимосвязь с типом Интернет-магазина и его ассортиментной направленностью. Основные торговые процессы Интернет-магазина, их последовательность. Взаимодействие Интернет-магазина с покупателями: консультирование, прием и обработка заказов, организация оплаты и доставки. 4.Задачи и процесс управления Интернет-магазином. Субъект и объект управления. Целевое управление. Формирование стратегии развития Интернет-магазина. Миссия Интернет-магазина и требования к ее формулированию. Функции управления Интернет-магазином. Построение дерева целей, целевое планирование в Интернет-торговле. Анализ и оптимизация управленческой деятельности руководителя Интернет-магазина. 5.Структура персонала и функциональные обязанности сотрудников Интернет-магазина. Формирование внутренней управленческой документации: должностных инструкций, штатного расписания, трудового договора, договора материальной ответственности. Распределение обязанностей. Определение потребности в персонале Интернет-магазина, процедура отбора и набора кадров. Использование различных организационных структур управления в торговых организациях, применяющих технологии электронной торговли. Адаптация структуры управления.	
Тема 2.4. Организация закупок в коммерческих организациях	Содержание	24
	Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях. Осуществление закупок в коммерческих организациях. Контракты по закупкам в коммерческих организациях. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок.	
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		
ПП. 02.01 ПМ 02. Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров		
Раздел 1. Теоретические основы товароведения		36
Тема 1.1. Предмет и	Содержание	6

основные категории товароведения	Ключевые понятия товароведения: предмет, цели и задачи, принципы товароведения. Основополагающие характеристики товаров	
Тема 1.2. Методы товароведения	Содержание	6
	Классификация и характеристика методов, применяемых в товароведении. Иерархический и фасетный методы классификации. Преимущества и недостатки. Товароведная классификация товаров Кодирование товаров: понятие, цели, правила, методы. Классификаторы: понятие, классификация, назначение. Современные способы кодирования товаров	
Тема 1.3. Качество товаров и свойства товаров	Содержание	6
	Понятие качества. Актуальность проблемы качества товаров. Требования к качеству товаров. Градации качества. Товарный и природный сортаменты Основные понятия и классификация потребительских свойств и показателей качества товаров Номенклатура потребительских свойств товаров Свойства товаров и их природа: физические, химические, биологические и смешанные	
Тема 1.4. Обеспечение качества и количества товаров	Содержание	12
	Факторы, формирующие сохраняющие и качество товаров: сырье, материалы, упаковка, хранение, товарная обработка Товарные потери	
Тема 1.5. Товарная информация	Содержание	6
	Виды, формы, средства и носители товарной информации. Требования к товарной информации	
Промежуточная аттестация в форме <i>зачета с оценкой</i>		
ПП. 03.01 ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга		
Раздел 2. Организация работы специалиста по рекламе и маркетингу		36
Тема 2.1. Аналитика веб-сайта	Содержание	6
	Назначение веб-аналитики Виды веб-аналитики Сервисы веб-аналитики Преимущества и недостатки веб-аналитики Показатели аналитики	
Тема 2.2. Технологии интеллектуального анализа пользователей сети Интернет	Содержание	6
	Понятие и сущность информационных технологий при анализе пользователей сети Интернет Веб-парсинг Интеллектуальная информационная система	

	анализа пользователей соцсети Профилирование цифрового клиента	
Тема 2.3. Стратегия SEO-продвижения	Содержание	6
	Что такое SEO-стратегия Аудит сайта для создания стратегии продвижения сайта Анализ SEO-стратегии конкурентов Постановка целей для продвижения сайта Сбор семантического ядра в стратегии продвижения сайта Выбор стратегии SEO-продвижения сайта: примеры Маркетинг: продвижение в интернете	
Тема 2.4. Сервисы по продвижению компании в сети Интернет	Содержание	6
	Инструменты для поиска идей для контента Инструменты для хранения файлов и закладок Инструменты для работы с текстом Инструменты для работы с визуальным контентом Сервисы для email-рассылки Инструменты для сбора базы подписчиков Инструменты для кросспостинга и создания отложенных публикаций Инструменты для продвижения «ВКонтакте»	
Тема 2.5. Медиа планирование рекламных мероприятий	Содержание	6
	История развития медиапланирования Медиаисследования: понятие, история и направления Основные понятия и медиапараметры Стратегическое планирование рекламной кампании Медиа-карта, медиаплан, бюджет, смета	
Тема 2.6. Оценка эффективности маркетинговых и рекламных мероприятий	Содержание	6
	Понятие и виды эффективности Основные показатели эффективности рекламы Этапы оценки эффективности Ключевые показатели эффективности каналов интернет-маркетинга	
Промежуточная аттестация в форме <i>зачета с оценкой</i>		
ПП. 03.01 ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга		
Раздел 1. Продавец непродовольственных товаров		36
Тема 1.1. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами	Содержание	12
	Введение. Объекты и субъекты товароведения. Роль торговых работников, в т.ч. продавца непродовольственных товаров. Товароведная характеристика непродовольственных товаров	
Тема 1.2. Определение качества поступивших	Содержание	12
	Оценка качества товаров.	

товаров	Документы, регламентирующие качество. Градации качества. Методы оценки качества. Порядок оценки качества органолептическим методом. Правила приемки товаров по качеству (Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству П-7). Особенности приемки по качеству различных групп непродовольственных (продовольственных) товаров.	
Тема 1.3. Подготовка к продаже непродовольственных товаров	Содержание Правила организации рабочего места. Рациональная организация труда продавца. Рациональное размещение товаров. Принципы размещения товаров. Особенности предпродажных методов подготовки товаров различных товарных групп. Особенности маркировки товаров. Виды упаковочных материалов. Правила оформления заявок на упаковочные материалы.	6
Тема 1.4. Выкладка товара	Содержание Принципы выкладки товаров. Основные концепции. Специальные виды выкладки. Правила расположения товара на оборудовании. Требования мерчендайзинга, предъявляемые к размещению товаров. Учет частоты спроса, удобства пользования и доступности товара потребителю, товарного соседства при выкладке товара. Рациональные методы, техника и приемы выкладки различных групп товаров. Условия хранения товаров на рабочем месте. Реклама в местах продажи. Рекламное оборудование.	6
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		
Раздел 2. Продавец продовольственных товаров		36
Тема 2.1. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами	Содержание Введение. Объекты и субъекты товароведения. Роль торговых работников, в т.ч. продавца продовольственных товаров. Товароведная характеристика продовольственных товаров	12
Тема 2.2. Проверка состояния рабочей зоны (торгового зала, торговой секции, торгового прилавка)	Содержание Классификация помещений магазина, их назначение. Особенности технологических планировок предприятий торговли.	6

и т.д.), торгового оборудования и инвентаря	Требования к санитарному состоянию рабочей зоны (торгового зала, торговой секции, торгового прилавка и т.д.). Санитарно-гигиенические требования, предъявляемые к торгово-технологическому оборудованию. Безопасные правила и приемы пользования торговым инвентарем. Правила хранения инвентаря и инструментов. Требования к санитарному состоянию торгового инвентаря. Требования к обслуживающему персоналу.	
Тема. 2.3. Проведение экспертизы продовольственных товаров	Содержание	12
	Понятие и сущность экспертизы. Виды экспертиз Компоненты экспертизы (объекты, субъекты, цель и т.д.) Классификация товарных экспертиз	
Тема 2.4. Методика составления товарного портфеля в магазине	Содержание	6
	Формирование сбалансированного товарного портфеля швейного предприятия Управление торговым ассортиментом Классификация торгового ассортимента Свойства и показатели торгового ассортимента Суть ассортиментной матрицы Правила формирования ассортиментной матрицы Виды товаров ассортиментной матрицы магазина Этапы формирования ассортиментной матрицы	
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой		

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Жулидов, С. И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1820262>.

2. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176>.

3. Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13829-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495169>

4. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439>.

5. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А.Н. Стерлигова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 430 с. — (Высшее

образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011223-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832388>.

6. Бузукова, Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента : учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 181 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15602-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544788>

7. Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник для среднего профессионального образования / С. Л. Калачев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 478 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12041-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537957>

8. 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>

9. 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>

3.2.2. Дополнительные источники

1. Безлапов В.В. Технологии управления внешнеторговой деятельностью региона: монография /В.В Безлапов, С.А.Лочан, Д.В.Федюнин, А.Д.Петросян, руков. авт.колл. В.В. Безлапов.- Москва: РУСАЙИС, 2022-586 с.

2. Волгина Н.А. Международная торговля: учебник/Н.А Волгина.- Москва: КНОРУС, 2022.- 274с- (Бакалавриат)

3. 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

4. Лазарева Н.В. Актуальные проблемы учета внешнеэкономической деятельности: учебное пособие/ Н. В. Лазарева. – Москва: РУСАЙИС, 2023. -122 с. ISBN978-5-4365-9920-5

5. Современное торговое дело: учебное пособие/ кол. авторов; под ред. Л.Б. Нюренбергер Н.А Лучиной.- Москва: РУСАЙИС, 2022 – 138с. ISBN 978-5-4365-8388-4

6. Сулоева А.А. Управление закупками в процессе принятия управленческих решений: учебное пособие (А.А Сулоев- Москва: РУСАЙИС, 2022-104 с. ISBN 978- 5- 4365-9728-7

7. Трофимовская А.В. Эффективность контрактной системы в сфере государственных и муниципальных закупок в современных социально-экономических условиях: учебное пособие / А.В. Трофимовская, С.А. Сергеева, И.П. Гладилина – Москва: РУСАЙИС, 2022 – 80 с. ISBN 978-5-4365-9730-0

8. Грибанова, И. В. Товароведение : учебное пособие : [12+] / И. В. Грибанова, Л. И. Первойкина. – 2-е изд., стер. – Минск : РИПО, 2016. – 360 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463610> (дата обращения: 25.06.2024). – библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-581-8. – Текст : электронный.

9. Аксёнова, Л. И. Товароведение непродовольственных товаров : учебное пособие / Л. И. Аксёнова, Н. А. Сариева, Г. В. Герлиц. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск : РИПО, 2022. – 456 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697493> (дата обращения: 25.06.2024). – Библиогр.: с. 445-447. – ISBN 978-985-895-053-8. – Текст : электронный.

10. Товароведение, экспертиза и стандартизация : учебник : [16+] / А. А. Ляшко, А. П. Ходыкин, Н. И. Волошко, А. П. Снитко. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 660 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621904> (дата обращения: 25.06.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04388-8. – Текст : электронный.

11. 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

12. 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

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 УП	Код ПК, ОК	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПП. 01.01 ПМ 01. Организац ия и осуществл ение торговой деятельнос ти	ПК. 1.1. ПК. 1.2. ПК. 1.3. ПК. 1.4. ПК. 1.5. ПК. 1.6. ОК 02. ОК 04.	Обучающийся применяет информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности Обучающийся взаимодействует и работает в коллективе и команде; Обучающийся проводит исследование рынка поставщиков и формирует информационную базу по ним Обучающийся устанавливает хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта. Обучающийся осуществляет подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий. Обучающийся осуществляет подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение. Обучающийся осуществляет контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту. Обучающийся организует выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	аттестационный лист, отчет по практике, содержащий графические, фото, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике
ПП. 02.01 ПМ 02. Товароведе ние и организац ия экспертизы качества потребител ьских товаров	ПК. 2.1. ПК. 2.2. ПК 2.3. ПК 2.4. ПК 2.5. ОК 01 ОК 02	Обучающийся выбирает способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам; Обучающийся применяет информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности Обучающийся применяет методики идентификации потребительских товаров, их кодирования, в том числе с помощью цифровых технологий. Обучающийся идентифицирует ассортиментную принадлежность потребительских товаров. Обучающийся проводит стандартизацию,	аттестационный лист, отчет по практике, содержащий графические, фото, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие

		метрологию и подтверждение соответствия Обучающийся проводит экспертизу качества потребительских товаров (по выбору) Обучающийся классифицирует и анализирует ассортимент торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий.	практический опыт, полученный на практике
ПП. 03.01 ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга	ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4. ПК 3.5. ПК 3.6. ОК 02	Обучающийся разрабатывает методы продвижения и поисковой оптимизации сайта Обучающийся проводит анализ пользователей информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" Обучающийся разрабатывает стратегии продвижения в сети Интернет Обучающийся проводит рекламной кампании с сети Интернет при помощи стратегий контент-маркетинг, SEO, SMM, email-маркетинг и PPC Обучающийся составляет технического задания на проведение рекламной кампании Обучающийся оценивает эффективность стратегий продвижения	аттестационный лист, отчет по практике, содержащий графические, фото, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике
ПП. 04.01 ПМ 04. Освоение профессии рабочего, должности служащего	ПК. 1.6. ПК. 2.1. ПК. 2.2. ПК 2.3. ПК 2.4. ПК 2.5. ОК 01 ОК 02 ОК 04	Обучающийся определяет этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы. Обучающийся применяет средства информационных технологий для решения профессиональных задач Обучающийся взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе выполнения задач профессиональной деятельности. Обучающийся выполняет торговых-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью. Обучающийся применяет цифровые технологии кодирования потребительских товаров Обучающийся идентифицирует ассортиментную принадлежность потребительских товаров. Обучающийся создает условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара Обучающийся выполняет операции, по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров. Обучающийся анализирует ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления	аттестационный лист, отчет по практике, содержащий графические, фото, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике

		<i>его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.</i>	
--	--	--	--