

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП. 01.01 ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности

УП. 02.01 ПМ 02. Товароведение и организация экспертизы качества
потребительских товаров

УП. 03.01 ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга

УП. 04.01 ПМ 04. Освоение профессии рабочего, должности служащего

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики.....	4
1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П.....	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	7
2.1. Трудоемкость освоения учебной практики.....	7
2.2. Структура учебной практики.....	7
2.3. Содержание учебной практики.....	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	16
3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики.....	16
3.2. Учебно-методическое обеспечение.....	16
3.3. Общие требования к организации учебной практики.....	18
3.4 Кадровое обеспечение процесса учебной практики.....	18
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	19

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

УП. 01.01 Организация и осуществление торговой деятельности	ПМ 01. Организация и осуществление торговой деятельности	<i>МДК 01.01. Организация коммерческой деятельности</i>
УП. 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>
УП. 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>
УП. 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>

Учебная 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 учебной практики: формирование первоначальных практических профессиональных умений 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 учебной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

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	<i>Владеть навыками:</i> - проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) и

интернет-маркетинга	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 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	36	концентрированно	4	Зачет с оценкой
УП. 02.01	36	концентрированно	4	Зачет с оценкой
УП. 03.01	36	концентрированно	5	Зачет с оценкой
УП. 04.01	36	концентрированно	4	Зачет с оценкой
УП. 04.02	36	концентрированно	5	Зачет с оценкой
Всего УП	180	X	X	X

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Виды работ	Наименование тем учебной практики	Объём часов
УП. 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 учебном магазине	Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности	6
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				36

УП. 02.01 ПМ 02. Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров				
ПК. 2.1.	Раздел 1. Теоретические основы товароведения	Провести проверку соответствия контрольно-идентификационных гаков 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 матрицу–практический результат учебной практики)	Тема 1.1. Предмет и основные категории товароведения Тема 1.2. Методы товароведения	12
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 1				36
УП. 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
УП. 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	Тема 1.3. Подготовка к продаже непродовольственных товаров	6

		и инвентаря		
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 различных групп товаров	Тема 1.4. Выкладка товара	6
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 управления ассортиментом товаров	Тема 2.4. Методика составления товарного портфеля в магазине	6
ВСЕГО ПО РАЗДЕЛУ 2				36

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		
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 <i>зачета с оценкой</i>		
УП. 02.01 ПМ 02. Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров		
Раздел 1. Теоретические основы товароведения		36
Тема 1.1. Предмет и основные категории товароведения	Содержание	6
	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>		
УП. 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>		
УП. 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 товаров	Содержание	12
	Оценка качества 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	6
	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.	
Тема 1.4. Выкладка товара	Содержание	6
	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.	
Промежуточная аттестация в форме <i>зачета с оценкой</i>		
Раздел 2. Продавец продовольственных товаров		36
Тема 2.1. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами	Содержание	12
	Введение. Объекты и субъекты товароведения. Роль торговых работников, в т.ч. продавца продовольственных товаров. Товароведная характеристика продовольственных товаров	
Тема 2.2. Проверка состояния рабочей зоны (торгового зала, торговой секции, торгового прилавка и т.д.), торгового оборудования и инвентаря	Содержание	6
	Классификация помещений магазина, их назначение. Особенности технологических планировок предприятий торговли. 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 <i>зачета с оценкой</i>		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Кабинет автоматизации торгово-технологических процессов, эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда, оснащенный в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

Лаборатории предпринимательства и интернет – маркетинга, автоматизации и цифровизации торговой деятельности, товароведения и организации экспертизы качества товаров, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП-П.

Мастерская и зона по видам работ, оснащенная в соответствии с приложением 3 ОПОП-П Учебный магазин.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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: РУСАЙНС, 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 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 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.	аттестационны й лист, отчет по практике, содержащий графические, фото, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающ ие практический опыт, полученный на практике
УП. 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, 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	аттестационны й лист, отчет по практике, содержащий графические, фото, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающ ие практический опыт, полученный на практике

		<i>технологий.</i>	
УП. 03.01 ПМ 03. Организац ия и осуществл ение 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	аттестационны й лист, отчет по практике, содержащий графические, фото, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающ ие практический опыт, полученный на практике
УП. 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 его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий.	аттестационны й лист, отчет по практике, содержащий графические, фото, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающ ие практический опыт, полученный на практике