

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Комин Андрей Эдуардович
Должность: ректор
Дата подписания: 26.01.2024 17:03:00
Уникальный программный ключ:
f6c6d686f0c899fd76a1ed8b448452ab8cac6fb1af6547b6d40cdf1bdc60ae2

АННОТАЦИИ ПРАКТИК
специальности 38.02.08 Торговое дело

1	Место практики в рабочем учебном плане	Учебная практика входит в модуль ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности», индекс по учебному плану – УП.01.01
2	Цели и задачи практики	Цель – формирование у обучающихся умений, приобретение навыков для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций Задачи приобретение практического опыта: <ul style="list-style-type: none">- составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;- составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма;- подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках;- формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта;- формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта;- документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;- оформление претензий при нарушении договорных обязательств;- подготовка алгоритма по организации претензионной работы;- оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС.рф;- формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта
3	Требования к уровню освоения содержания практики:	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.

		<p>ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.</p> <p>ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.</p>
4	<p>В результате прохождения практики обучающийся должен:</p>	<p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; – проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; – анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; – создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов. – применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; – осуществлять выбор поставщиков; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств; – создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; – обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; – работать в единой информационной системе; – применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обосновывать начальную (максимальную) цену

		<p>закупки;</p> <ul style="list-style-type: none">– описывать объект закупки;– разрабатывать закупочную документацию;– работать в единой информационной системе;– взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;– анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;– формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;– проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);– классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;– разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;– осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;– осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;– подготавливать коммерческие предложения, запросы;– оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;– составлять и оформлять 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;– осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;– обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;– осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой
--	--	--

		<p>переписки и электронного документооборота;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; – осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; – проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; – осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); – использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; – применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; – применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; – управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; – оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; – применять электронный документооборот; – осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций. – применять 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; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках. <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков; – требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; – стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции; – правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; – структуру и содержание договора поставки,
--	--	---

		<p>спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;</p> <ul style="list-style-type: none">– методы и инструменты работы с базами больших данных;– требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации,– схем электронного документооборота;– законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;– особенности составления закупочной документации;– методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;– основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;– нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;– международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;– международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;– стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;– методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков;– методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;– основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;– документооборот внешнеторговых сделок;– условия внешнеторгового контракта;– нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;– правила оформления документации по внешнеторговому контракту;– порядок документооборота в организации;– основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;– виды торговых структур;– формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;– материально-техническую базу торговли;– инфраструктуру потребительского рынка;– средства, методы, инновации в отрасли;– организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;– требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного
--	--	--

		<p>документооборота;</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли; – требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность; – правила торговли; – количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.
5	Вид практики и способ ее проведения	Вид практики - учебная. Способы проведения практики: стационарная.
6	Содержание практики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. 2. Составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма. 3. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. 4. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. 5. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. 6. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; 7. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; 8. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. 9. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС. 10. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.
7	Формы отчетности по практике	Письменный отчет по практике
8	Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	Зачет

Учебная практика

1	Место практики в рабочем учебном плане	Учебная практика входит в модуль ПМ.02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли», индекс по учебному плану – УП.02.01
2	Цели и задачи	Цель – формирование у обучающихся умений,

практики	<p>приобретение навыков для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций</p> <p>Приобретение практического опыта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления проблем и формулирования целей исследования; - планирования проведения маркетингового исследования; - определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; - подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; - поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; - подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; - проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; - разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; - применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; - применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; - проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; - проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; - установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; - применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; - использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; - разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; - расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; - определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; - сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
----------	---

3	Требования к уровню освоения содержания практики:	<p>ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплексмаркетинга.</p> <p>ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.</p> <p>ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.</p> <p>ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.</p> <p>ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.</p> <p>ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p> <p>ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы</p>
4	В результате прохождения практики обучающийся должен:	<p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; - определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; - составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; - составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; - использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; - обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру; - применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; - развивать идеи до бизнес-предложений; - оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; - оценивать риски, связанные с бизнесом; - анализировать бизнес-концепции; - предлагать идеи для дальнейшего развития; - применять методы принятия оптимальных решений;

		<ul style="list-style-type: none"> - находить аргументы в пользу идей; - принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; - обосновывать и оценивать цели и ценности; - представлять идеи, дизайн, видения и решения; - применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; - использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; - создавать деловые электронные презентации - собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; - использовать методы экономического анализа; - анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; - оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; - разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; - оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; - предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; - собирать информацию о бизнес-проблемах; - анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков. <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; - методы изучения рынка, анализа окружающей среды; - порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; - этапы маркетинговых исследований, их результат; - методы проведения маркетингового исследования; - психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; - средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; - порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; - виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; - методы оценки конкурентной среды; - нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
--	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> - роль и значение бизнес-плана; - основные функции бизнес-плана; - классификацию основных типов бизнес-планов; - методологию и процессы развития бизнес-идеи; - порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; - принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; - методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; - методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; - методы, способы и приемы для решения задач по анализу; - типы факторных моделей; - схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; - методику анализа эффективности использования производственных ресурсов - методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; - спектр специализированных программных продуктов; - интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; - инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; <ul style="list-style-type: none"> - риски: понятия и видов; - методы оценки риска, связанных с бизнесом; - меры снижения риска, связанных с бизнесом; - методы оценки выполнимости бизнес-идеи; - основные способы анализа и оценки рисков; - состав моделей оценки риска; - способы оценки риска ликвидности.
5	Вид практики и способ ее проведения	Вид практики - учебная. Способы проведения практики: стационарная.
6	Содержание практики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования. 2. Построение дерева целей маркетингового исследования по данным предприятия торговли. 3. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 4. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 5. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной

		<p>практики.</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 7. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли, по данным которого проводится маркетинговое исследование. 8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках. 9. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 10. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий. 11. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. 12. Оформление результатов маркетингового исследования. 13. Подготовка презентации по результатам проведенного маркетингового исследования. 14. Представление и защита результатов проведенного маркетингового исследования. 15. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 16. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). 17. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 18. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 19. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров. 20. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации. 21. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. 22. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.
7	Формы отчетности по практике	Письменный отчет по практике
8	Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	Зачет

Учебная практика

1	Место практики в рабочем учебном плане	Учебная практика входит в модуль ПМ.03 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, (20004 Агент коммерческий), индекс по учебному плану – УП.03.01
2	Цели и задачи практики	<p>Цель – формирование у обучающихся умений, приобретение навыков для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций</p> <p>Приобретение практического опыта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работы с покупателями и продавцами различных групп товаров; - содействия покупки и продажи товаров; - выполнения необходимой технической работы при заключении договоров, соглашений; - заключения договоров и соглашений, оформления необходимых документов.
3	Требования к уровню освоения содержания практики:	<p>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.</p> <p>ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.</p> <p>ПК. 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.</p> <p>ПК. 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.</p> <p>ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.</p> <p>ПК.1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.</p> <p>ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.</p> <p>ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p> <p>ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.</p> <p>ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.</p> <p>ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.</p> <p>ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-</p>

		телекоммуникационной сети «Интернет».
4	В результате прохождения практики обучающийся должен:	<p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - устанавливать деловые контакты между покупателями и продавцами товаров, включая техническую и другую продукцию (оборудование, сырье, полуфабрикаты и др.), а также оказывать различные коммерческие услуги. - содействовать покупке и продаже партий товаров (оптом), а также театральной, музыкальной и других видов творческой продукции (постановка представлений, выступление артистов, спортсменов, издание книг, запись музыкальных произведений и др.). - обеспечить надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых документов. - выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации, использовании средств интернет-рекламы; - организовать предоставление транспортных средств и обеспечить выполнение других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказать помощь в доставке товаров. <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся ведения бизнеса - основы рыночной экономики - методы установления деловых контактов - порядок оформления документов, связанных с куплей-продажей товаров и заключением договоров, соглашений и контрактов на оказание услуг - основы трудового, финансового, хозяйственного и налогового законодательства - действующие формы учета и отчетности - организацию погрузочно-разгрузочных работ - условия хранения и транспортировки товаров - правила внутреннего трудового распорядка - правила и нормы охраны труда.
5	Вид практики и способ ее проведения	Вид практики - учебная. Способы проведения практики: стационарная.
6	Содержание практики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Общая характеристика предприятия: 2. Ознакомление со структурой коммерческих подразделений организации: 3. Изучение форм и методов торговли: 4. Организация торговой деятельности: 5. Порядок оформления результатов торгово-хозяйственной деятельности: 6. Хозяйственные связи: 7. Анализ средств продвижения продукта и увеличения объемов продаж:

		8. Контроль условий и сроков хранения и транспортирования товаров: 9. Конкурентная стратегия организации.
7	Формы отчетности по практике	Письменный отчет по практике
8	Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	Зачет

Учебная практика

1	Место практики в рабочем учебном плане	Учебная практика входит в модуль ПМ.04 Организация и осуществление интернет-маркетинга, индекс по учебному плану – УП.04.01
2	Цели и задачи практики	<p>Цель – формирование у обучающихся умений, приобретение навыков для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций</p> <p>Приобретение практического опыта:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; – проведения базового аудита эргономичности аудируемого веб-сайта; – проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта; – анализа поисковой выдачи; – анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; – анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; – определения стратегии поискового продвижения; – оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки; – проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; – анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем; – определения стратегии продвижения в социальных сетях; – размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – разработки лендинга; – анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;

		<ul style="list-style-type: none"> – анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; – составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.
3	Требования к уровню освоения содержания практики:	<p>ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.</p> <p>ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p> <p>ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.</p> <p>ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей винтернет-сообщество.</p> <p>ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.</p> <p>ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>
4	В результате прохождения практики обучающийся должен:	<p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; - документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; - формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); - выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; - выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; - использовать инструменты для проведения технического аудита; - определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; - составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; - актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; - анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; - составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; - анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;

		<ul style="list-style-type: none"> - анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию; - определять маркетинговые стратегии; - составлять smm-стратегии; - составлять контент-планы; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - разрабатывать уникальные торговые предложения; - разрабатывать рекламные модули; - создавать стратегии продвижения; - сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; - оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки; - обосновывать выбор целевой аудитории; - создавать тексты и рекламные слоганы; - создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; - различать виды текстов; - рассчитывать бюджет на создание лендинга; - написать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; - определять СТА для лендингов; - работать с бесплатными сервисами создания лендингов; - создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; - составлять информационно-аналитические справки; - оформлять отчетные документы. <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основы эргономичности веб-сайтов; - основы веб-технологии; - основы веб-дизайна; - основы компьютерной грамотности; - методы обработки текстовой информации; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; - основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; - правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; - основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; - способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - особенности функционирования современных поисковых машин;
--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; - внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; - особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; - правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; - стандарты делового общения в письменной и устной форме; - особенности функционирования современных поисковых машин; - правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; - правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); - методы обработки текстовой и графической информации; - основы копирайтинга и веб-райтинга; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; - правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; - правила оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки; - перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; - особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; - основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; - основы гипертекстовой разметки; - стандарты верстки веб-сайтов; - принципиальные отличия лендингов от сайтов; - сервисы для автоматизации рассылок; - методы обработки текстовой информации и графической информации.
5	Вид практики и способ ее проведения	Вид практики - учебная Способы проведения практики: стационарная, выездная.
6	Содержание практики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения

		<p>аудируемого вебсайта.</p> <p>4. Анализ поисковой выдачи.</p> <p>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</p> <p>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>
7	Формы отчетности по практике	Письменный отчет по практике
8	Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	Зачет

Производственная практика (по профилю специальности)

1	Место практики в рабочем учебном плане	Производственная практика входит в модуль ПМ.01 «Организация и осуществление торговой деятельности», индекс по учебному плану – ПП.01.01
2	Цели и задачи практики	<p>Цель – формирование у обучающихся умений, приобретение навыков для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций</p> <p>Приобретение практического опыта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. - составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма. - подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. - формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. - формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. - документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; - оформление претензий при нарушении договорных обязательств; - подготовка алгоритма по организации претензионной работы. - оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС.рф - формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.
3	Требования к уровню освоения содержания	ПК. 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том

	практики:	<p>числе с использованием цифровых и информационных технологий.</p> <p>ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.</p> <p>ПК. 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.</p> <p>ПК. 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.</p> <p>ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.</p> <p>ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.</p>
4	В результате прохождения практики обучающийся должен:	<p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; - проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; - обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; - анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; - создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; - составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; - обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; - обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов. - применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; - осуществлять выбор поставщиков; - оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; - составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять

		<p>безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;</p> <ul style="list-style-type: none">- создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;- обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;- работать в единой информационной системе;- применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;- обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;- описывать объект закупки;- разрабатывать закупочную документацию;- работать в единой информационной системе;- взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;- анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;- формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;- проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);- классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;- разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;- осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;- осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;- подготавливать коммерческие предложения, запросы;- оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;- составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или
--	--	---

		<p>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> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; - обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; - осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; - осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; - осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; - проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; - осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); - использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; - применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; - применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; - управлять полочным пространством магазина в облачной АВМ SHELF; - оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; - применять электронный документооборот; - осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций. - применять 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; - оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; - осуществлять цифровые платежи, облачные
--	--	--

		<p>вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</p> <ul style="list-style-type: none">- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках. <p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none">- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;- структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;- методы и инструменты работы с базами больших данных;- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации,- схем электронного документооборота;- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;- особенности составления закупочной документации;- методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;- основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;- нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;- международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;- международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;- методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков;- методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;- основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;- документооборот внешнеторговых сделок;- условия внешнеторгового контракта;- нормы этики и делового общения с иностранными
--	--	--

		<p>партнерами;</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила оформления документации по внешнеторговому контракту; - порядок документооборота в организации; - основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности; - виды торговых структур; - формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности; - материально-техническую базу торговли; - инфраструктуру потребительского рынка; - средства, методы, инновации в отрасли; - организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; - требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; - основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли; - требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность; - правила торговли; - количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.
5	Вид практики и способ ее проведения	Вид практики - производственная. Способы проведения практики: стационарная и выездная.
6	Содержание практики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. 2. Составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма. 3. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. 4. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. 5. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. 6. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; 7. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; 8. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. 9. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС.

		10. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.
7	Формы отчетности по практике	Письменный отчет по практике
8	Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	Зачет

Производственная практика (по профилю специальности)

1	Место практики в рабочем учебном плане	Производственная практика входит в модуль ПМ.02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли», индекс по учебному плану – ПП.02.02
2	Цели и задачи практики	<p>Цель – формирование у обучающихся умений, приобретение навыков для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций</p> <p>Приобретение практического опыта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления проблем и формулирования целей исследования; - планирования проведения маркетингового исследования; - определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; - подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; - поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; - подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; - проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; - разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; - применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; - применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; - проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; - проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с

		<p>использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; - применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; - использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; - разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; - расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; - определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; - сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
3	Требования к уровню освоения содержания практики:	<p>ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p> <p>ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.</p> <p>ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.</p> <p>ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.</p> <p>ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.</p> <p>ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p> <p>ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.</p>
4	В результате прохождения практики обучающийся должен:	<p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; – определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; – составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; – составлять точное техническое задание для

		<p>выполнения маркетингового исследования;</p> <ul style="list-style-type: none">– проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;– обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;– использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;– обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;– анализировать текущую рыночную конъюнктуру;– применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;– развивать идеи до бизнес-предложений;– оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;– оценивать риски, связанные с бизнесом;– анализировать бизнес-концепции;– предлагать идеи для дальнейшего развития;– применять методы принятия оптимальных решений;– находить аргументы в пользу идей;– принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;– обосновывать и оценивать цели и ценности;– представлять идеи, дизайн, видения и решения;– применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;– использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;– создавать деловые электронные презентации– собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;– использовать методы экономического анализа;– анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;– оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;– разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;– оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;– предлагать организационно-управленческие
--	--	--

		<p>решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – собирать информацию о бизнес-проблемах; – анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков. <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; – методы изучения рынка, анализа окружающей среды; – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – этапы маркетинговых исследований, их результат; – методы проведения маркетингового исследования; – психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; – средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; – методы оценки конкурентной среды; – нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – роль и значение бизнес-плана; – основные функции бизнес-плана; – классификацию основных типов бизнес-планов; – методологию и процессы развития бизнес-идеи; – порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; – принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; – методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; – методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; – методы, способы и приемы для решения задач по анализу; – типы факторных моделей; – схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; – методику анализа эффективности использования производственных ресурсов – методические материалы по планированию, учету и
--	--	--

		<p>анализу деятельности организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – спектр специализированных программных продуктов; – интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; – инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; – риски: понятия и видов; – методы оценки риска, связанных с бизнесом; – меры снижения риска, связанных с бизнесом; – методы оценки выполнимости бизнес-идеи; – основные способы анализа и оценки рисков; – состав моделей оценки риска; – способы оценки риска ликвидности.
5	Вид практики и способ ее проведения	Вид практики - производственная. Способы проведения практики: стационарная, выездная.
6	Содержание практики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес- модели предпринимательской единицы. <p><i>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Составление визитки команды. 4. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. 5. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. 6. Построение модели Остервальдера. 7. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. <p><i>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. 9. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования . 10. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 11. Расчеты цен и себестоимости. 12. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. 13. Составление плана переменных расходов. 14. Расчет точки безубыточности. 15. Составление бюджета доходов и расходов. 16. Составление бюджета движения денежных средств. Составление прогнозного баланса. 17. Определение и обоснование источников финансирования. 18. Расчеты процентов за пользование заемными

		<p>средствами и составление графика возврата заемных средств.</p> <p>19. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod).</p> <p>20. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue).</p> <p>21. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn).</p> <p>22. 4. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability).</p> <p>23. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA).</p> <p>24. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p>
7	Формы отчетности по практике	Письменный отчет по практике
8	Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	Зачет

Производственная практика (по профилю специальности)

1	Место практики в рабочем учебном плане	Производственная практика входит в модуль ПМ.03 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, (20004 Агент коммерческий)», индекс по учебному плану – ПП.03.02
2	Цели и задачи практики	<p>Цель – формирование у обучающихся умений, приобретение навыков для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций</p> <p>Приобретение практического опыта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работы с покупателями и продавцами различных групп товаров; - содействия покупки и продажи товаров; - выполнения необходимой технической работы при заключении договоров, соглашений; - заключения договоров и соглашений, оформления необходимых документов.
3	Требования к уровню освоения содержания практики:	<p><i>общие:</i></p> <p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в</p>

		<p>коллективе и команде.</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p> <p><i>профессиональные:</i></p> <p>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.</p> <p>ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.</p> <p>ПК. 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.</p> <p>ПК. 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.</p> <p>ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.</p> <p>ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.</p> <p>ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.</p> <p>ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p> <p>ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.</p> <p>ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.</p> <p>ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.</p> <p>ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>
4	<p>В результате прохождения практики обучающийся должен:</p>	<p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - устанавливать деловые контакты между покупателями и продавцами товаров, включая техническую и другую продукцию (оборудование, сырье, полуфабрикаты и др.), а также оказывать различные коммерческие услуги. - содействовать покупке и продаже партий товаров (оптом), а также театральной, музыкальной и других видов творческой продукции (постановка представлений, выступление артистов, спортсменов, издание книг, запись музыкальных произведений и др.). - обеспечить надлежащее оформление заключаемых договоров и контрактов, других необходимых

		<p>документов.</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнять необходимую техническую работу при заключении соглашений, договоров и контрактов, размещении рекламы в средствах массовой информации, использовании средств интернет-рекламы; - организовать предоставление транспортных средств и обеспечить выполнение других условий, предусмотренных заключенными соглашениями, договорами и контрактами, оказать помощь в доставке товаров. <p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся ведения бизнеса - основы рыночной экономики - методы установления деловых контактов - порядок оформления документов, связанных с куплей-продажей товаров и заключением договоров, соглашений и контрактов на оказание услуг - основы трудового, финансового, хозяйственного и налогового законодательства - действующие формы учета и отчетности - организацию погрузочно-разгрузочных работ - условия хранения и транспортировки товаров - правила внутреннего трудового распорядка - правила и нормы охраны труда.
5	Вид практики и способ ее проведения	Вид практики - производственная. Способы проведения практики: стационарная и выездная.
6	Содержание практики	<p><i>Общая характеристика предприятия:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дать характеристику торгового предприятия: организационно-правовую форму предприятия; организационно-управленческую структуру предприятия; вид, класс, тип, специализация, характеристика здания, состав помещений, организационно правовая форма, месторасположение, формы продажи, режим работы. 2. Специализация и характеристика ассортимента товаров. 3. Основные показатели финансово-хозяйственной деятельности предприятия за 2-3 года. 4. Характеристика выбора режима работы торгового предприятия <p><i>Ознакомление со структурой коммерческих подразделений организации:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомиться со структурой штата магазина, отдела, графиком выхода на работу, организацией рабочих мест. 2. Проанализировать эффективность использования обслуживающего персонала, оперативность перемещения их с учетом интенсивности потока покупателей. 3. Ознакомиться с видами материальной ответственности, применяемыми в магазине. 4. Описать штатную структуру коммерческих

подразделений организации, изучить функциональные обязанности сотрудников в соответствии со штатным расписанием; виды деятельности сотрудников коммерческих подразделений и т.п.

Изучение форм и методов торговли:

1. Определить применяемые формы и методы продаж (торговли), дать краткую товароведная характеристика продаваемых товаров, определить эффективность формирования ассортимента товаров на торговом предприятии:

- оценку формирования ассортимента товаров;
- анализ устойчивости и полноты ассортимента;
- анализ структуры ассортимента товаров;
- ассортиментная политика.

Организация торговой деятельности:

1. Охарактеризовать структуру помещений торгового предприятия, их взаимосвязь (в приложении поместить планировку предприятия).

2. Устройство и планировка торгового зала (склада), помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже, их экономическое обоснование.

3. Произвести оценку эффективности выбора планировки и степень эффективности использования площадей торгового предприятия.

4. Описать методику применяемую в торговой точке: приемку товаров по количеству и качеству, размещение товаров на хранение, сортировку, фасовку, комплектование, облагораживание товара, подготовку товара к продаже.

5. Произвести оценку уровня готовности товара к продаже, перед отпуском его покупателям, оценку размещения и выкладки товаров в торговом зале (для розничных предприятий), способы выкладки (оформить приложения рисунки, фотографии) - для оптового предприятия описать выкладку зала товарных образцов (если есть).

6. Произвести оценку условий и режима хранения товаров.

7. Осуществить характеристику торгово-технологического оборудования магазина и склада, торгового инвентаря, оценка уровня механизации торгово – технологического процесса, оценка эффективности использования оборудования (коэффициенты установочной и выставочной площади, полезной площади, занятой под хранение товара).

8. Описать методику обслуживания покупателей в соответствии с 7 этапами продаж, в 6 зонах магазина, получение от покупателей денег за реализуемые товары, в том числе расчет с покупателями по платежным картам.

9. Произвести оценку организации дополнительного обслуживания покупателей и особые формы обслуживания
Порядок оформления результатов торгово-хозяйственной

		<p><i>деятельности:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать организацию и документальное оформление приемки товаров по количеству и качеству; организацию учета товаров на складах торгового предприятия; документальное оформление внутримагазинного перемещения товаров; порядок забраковки товаров при первичной приемке, а также в процессе хранения, подготовки товаров к отпуску и реализации; порядок уценки товаров ненадлежащего качества. 2. Оформление ТСД (накладных, отвесов, заборных листов) проверка правильности заполнения ТСД (товаросопроводительные документы). 3. Сбор необходимых подписей и проставление печати на ТСД. Обеспечение учета и хранения ТСД <p><i>Хозяйственные связи:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать конкурентную среду предприятия и определяющие её факторы, систему заключения договорных отношений, систему оценки и выбора поставщиков, порядок установления хозяйственных связей; условия поставки по договорам и форма оплаты товаров; содержание типового договора (контракта) поставки (купли-продажи), состав и характеристика поставщиков торгового предприятия; объем, ассортимент и частота поставок товаров отдельными поставщиками; организация доставки товаров в торговое предприятие. <p><i>Анализ средств продвижения продукта и увеличения объемов продаж:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализировать ATL, BTL мероприятия, интернет-рекламу, применяемые в организации, разработать предложения по совершенствованию <p><i>Контроль условий и сроков хранения и транспортирования товаров:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описать проверку санитарного состояния транспортных средств, доставляющих товары. 2. Проверку наличия санитарного паспорта (для пищевых продуктов), сроков доставки товаров. 3. Участие в размещении товаров на складе. 4. Проверку правильности размещения товаров в складе. 5. Установление фальсифицированной продукции <p><i>Конкурентная стратегия организации:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Произвести анализ конкурентной среды (число конкурентов, место в конкурентной среде). 2. Проанализировать сходства и отличия ассортимента торгового предприятия с конкурентами; особенности местоположения магазина, анализ цен; конкурентная стратегия магазина; роль и значимость товара в ассортименте.
7	Формы отчетности по практике	Письменный отчет по практике
8	Формы промежуточной аттестации (по итогам	Дифференцированный зачет

практики)

Производственная практика (преддипломная)

1	Место практики в рабочем учебном плане	Производственная преддипломная практика, индекс по учебному плану – ПДП. 01
2	Цели и задачи практики	<p>Целью практики является закрепление теоретических знаний, а также формирование практических навыков и умений менеджера как одного из значимых участников рыночных процессов.</p> <p>Задачами практики являются:</p> <ul style="list-style-type: none">- изучение деятельности конкретного предприятия (учреждения, организации): в области экономики, организации и управления коммерческой деятельностью; изучение инструкций, методических указаний, нормативных документов, постановлений, действующих в настоящее время- время и регламентирующих работу фирм, организаций и предприятий;- овладение методами исследовательской и аналитической работы для выявления конкретных факторов и резервов повышения эффективности коммерческой деятельности с учетом достижений науки, техники и передовой практики в области планирования, организации и управления;- выявление проблем развития предприятия;- разработка организационно-технических мероприятий по устранению выявленных недостатков- определение финансовых результатов деятельности предприятия;- анализ информационного обеспечения коммерческой деятельности;- изучение механизма формирования издержек (затрат), их эффективности и ценообразования;- оценка номенклатуры и качества реализуемых товаров (услуг);- углубление приобретённого практического опыта:- организации и управления торгово-сбытовой деятельностью;- организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности;- управления ассортиментом, оценки качества и обеспечения сохраняемости товаров;- осуществление сбора и обработки
3	Требования к уровню освоения содержания практики:	<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.</p>

		<p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p> <p>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.</p> <p>ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.</p> <p>ПК. 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.</p> <p>ПК. 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.</p> <p>ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.</p> <p>ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.</p> <p>ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p> <p>ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.</p> <p>ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.</p> <p>ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.</p> <p>ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.</p> <p>ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p> <p>ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.</p> <p>ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.</p> <p>ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также</p>
--	--	---

		<p>поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p> <p>ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.</p> <p>ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.</p> <p>ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.</p> <p>ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p>
4	В результате прохождения практики обучающийся должен:	<p><i>знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - организацию коммерческой деятельности; - товарную политику и показатели ассортимента; - оборудование торговой организации; <p><i>уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять правила торговли на практике; - проводить маркетинговые мероприятия; - выполнять анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
5	Вид практики и способ ее проведения	Вид практики - производственная. Способы проведения практики: стационарная, выездная.
6	Содержание практики	<ol style="list-style-type: none"> 1 Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия 2. Организация экономической и маркетинговой деятельности торгового предприятия 3. Исследование коммерческой деятельности предприятия 4. Формирование ассортимента, оценка качества и маркировка товаров на предприятии. 5. Обработка полученных материалов, написание отчета
7	Формы отчетности по практике	Письменный отчет по практике
8	Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)	Дифференцированный зачет