

**Аннотации рабочих программ практик ППСЗ
по специальности 38.02.08 Торговое дело
на базе основного общего образования,
квалификация – специалист торгового дела**

1. Профессиональный цикл

**УП.01. Учебная практика по профессиональному модулю
ПМ. 01. Организация и осуществление торговой деятельности**

Область применения программы

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление торговой деятельности.

Место учебной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Организация и осуществление торговой деятельности», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 1.1-1.6; ОК 01- 07, ОК09

Цели и задачи УП.01 – требования к результатам освоения УП.01

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
- проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;
- обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
- составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;
- подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;
- проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;
- подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;
- установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;
- составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;
- формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;
- составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры;
- осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;
- организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов;
- направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;
- проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;
- составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);
- документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
- подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
- формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;
 - формирования проекта внешнеторгового контракта;
 - осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;
 - подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;
 - подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;
 - сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
 - разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;
 - мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
 - документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;
 - подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;
 - выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;
 - организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;
 - приемки товаров по количеству и качеству;
 - соблюдения правил охраны труда
- В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:
- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

-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 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

-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 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;

Количество часов на освоение программы УП.01 – 36 часов (1 неделя).

Форма промежуточной аттестации:

комплексный дифференцированный зачет с УП.01 Учебная практика (4 семестр).

Содержание учебной практики:

1. Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации
2. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка.
3. Составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

4. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках

5. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта

6. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта

7. Документальное оформление

8. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств;

9. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы.

10. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС

11. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта

**ПП.01. Производственная практика (по профилю специальности)
по профессиональному модулю**

**ПМ. 01. Организация и осуществление торговой деятельности
Область применения программы**

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление торговой деятельности.

Место производственной практики в структуре образовательной программы

Производственная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Организация и осуществление торговой деятельности», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 1.1-1.6; ОК 01- ОК 07, ОК09

Цели и задачи ПП.01 – требования к результатам освоения ПП.01

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

-поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;

-проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

-обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);

-составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;

-подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;

-проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;

-подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;

-оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;

-мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;

-установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;

-составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;

-формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;

-составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры;

-осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;

-публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);

-публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;

-организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;
- проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;
- составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);
- документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
- подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
- формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;
- обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;
- формирования проекта внешнеторгового контракта;
- осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;
- подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;
- подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;
- сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;
- мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;
- подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;
- выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;
- организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;
- приемки товаров по количеству и качеству;
- соблюдения правил охраны труда

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- 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 закупки;
- описывать объект закупки;
- разрабатывать закупочную документацию;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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 переписки и электронного документооборота;
- осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;
- осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

-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 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.

Количество часов на освоение программы **ПП.01 – 36 часов (1 неделя).**

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет (4 семестр).

Содержание производственной практики:

1. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.

2. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта

3. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.

4. Изучение инструкций по охране труда.

5. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках

6. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта.

7. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом

8. Приемка товаров по количеству и качеству

9. Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры

**УП.02. Учебная практика по профессиональному модулю
ПМ. 02. Товароведение и организация экспертизы качества
потребительских товаров**

Область применения программы

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров.

Место учебной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 2.1-2.5; ОК01-ОК09

Цели и задачи УП.02 – требования к результатам освоения УП.02

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

-приема на склад, взвешивания, хранения и выдачи со склада различных материальных ценностей;

- проверки соответствия принимаемых ценностей сопроводительным документам; -перемещения материальных ценностей к местам хранения с раскладкой их по видам, качеству, назначению и другим признакам;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- участия в работе с поставщиками и потребителями; контроля условий и сроков транспортировки и хранения товаров;

-организации хранения материалов и продукции с целью предотвращения их порчи и потерь;

-руководства работой по погрузке, выгрузке грузов и размещения их внутри склада; -комплектования партий материальных ценностей по заявкам потребителей;

-составления ведомостей на дефектные и неисправные инструменты, приборы, актов на их ремонт и списание; составления актов на недостачу и порчу материалов;

-обеспечения сохранности материальных ценностей;

- участия в проведении инвентаризации товаров;

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

-распознавать товары по ассортиментной принадлежности;

-формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;

- рассчитывать показатели ассортимента;

-оформлять приходные и сопроводительные документы на материальные ценности;

-контролировать поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству;

-готовить ответы по претензиям;

-соблюдать условия и сроки хранения товаров;

- рассчитывать товарные потери;

- планировать меры по сокращению товарных потерь;

-соблюдать санитарно-эпидемиологические требования к персоналу, товарам, окружающей среде;

-соблюдать требования техники безопасности и охраны труда

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен знать*:

-номенклатуру, сортамент и ассортимент хранящихся материальных ценностей;

-товароведные характеристики хранящихся товаров, их свойства и показатели;

-правила ведения складского хозяйства;

-правила учета, хранения, движения материальных ценностей на складе;

-правила оформления сопроводительных документов на товары;

-правила комплектования партий различных материальных ценностей по технологическим документам;

-способы проверки рабочего инструмента, приборов, приспособлений на пригодность их к работе;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- правила применения складского измерительного инструмента, приспособлений и механизмов;
- способы предохранения вещей, продукции и сырья от порчи при разгрузке, погрузке и хранении на складе;
- правила проведения инвентаризации;
- правила противопожарной безопасности по хранению материалов и содержанию служебных помещений;
- правила техники безопасности при хранении и перемещении токсичных, пожаро- и взрывоопасных материалов, топлива и смазки.

Количество часов на освоение программы **УП.02 – 72 часа (2 недели)**.

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет с УП.02 (5 семестр).

Содержание учебной практики:

Тема 1. Склад как элемент логистической системы

Тема 2. Оптимизация и стандартизация складских технологических процессов

Тема 3. Организация труда на складе

Тема 4. Учет складских операций

**ПП.02. Производственная практика (по профилю специальности)
по профессиональному модулю**

**ПМ. 01. Товароведение и организация экспертизы качества
потребительских товаров**

Область применения программы

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров.

Место производственной практики в структуре образовательной программы

Производственная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 2.1-2.5; ОК 01- ОК 04, ОК07, ОК09

Цели и задачи ПП.02 – требования к результатам освоения ПП.02

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров;
- 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;
- осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров;
- выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров;
- разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров;
- выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных;
- подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использование современных баз данных;
- организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов;
- оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации;
- регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров;
- систематизации данных о фактическом уровне качества товаров;
- оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров;
- анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь:*

- распознавать товары по ассортиментной принадлежности;
- формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;
- применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;
- рассчитывать показатели ассортимента;
- оформлять договоры с контрагентами;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- контролировать их выполнение, в том числе поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству;
- предъявлять претензии за невыполнение контрагентами договорных обязательств;
- готовить ответы на претензии покупателей;
- производить закупку и реализацию товаров;
- учитывать факторы, влияющие на ассортимент и качество при организации товародвижения;
- соблюдать условия и сроки хранения товаров;
- рассчитывать товарные потери;
- планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь;
- соблюдать санитарно-эпидемиологические требования к торговым организациям и их персоналу, товарам, окружающей среде;
- соблюдать требования техники безопасности и охраны труда;
- выполнять требования, предъявляемые к продавцам продовольственных и непродовольственных товаров;
- выполнять требования по подготовке товаров к продаже, к продаже товаров и обслуживанию покупателей.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:

- ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства;
- товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели;
- виды, назначение, структуру договоров с поставщиками и потребителями;
- технологические процессы товародвижения;
- формы документального сопровождения товародвижения;
- правила приемки товаров;
- способы размещения товаров на складах и в магазинах;
- условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп;
- основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров;
- классификацию торгово-технологического оборудования, его назначение и устройство;
- требования к условиям и правилам эксплуатации торгуетехнологического оборудования;
- нормативно-правовое обеспечение санитарноэпидемиологического благополучия (санитарные нормы и правила);
- законы и иные нормативные правовые акты, содержащие государственные нормативные требования охраны труда,

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

распространяющиеся на деятельность организации;

- обязанности работников в области охраны труда;
- причины возникновения и профилактики производственного травматизма;
- фактические или потенциальные последствия собственной деятельности (или бездействия) и их влияние на уровень безопасности труда;
- возможные последствия несоблюдения технологических процессов и производственных инструкций подчиненными работниками (персоналом);
- должностные инструкции продавца продовольственных и непродовольственных товаров;
- правила подготовки товаров к продаже, продажи товаров и обслуживания покупателей

Количество часов на освоение программы **ПП.02 – 36 часов (1 неделя).**

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет (6 семестр).

Содержание производственной практики:

1. Контроль над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров и анализ ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий
2. Организация подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформление ее результатов
3. Оформление документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров
4. Расчет и списание товарных потерь. Разработка мер по предупреждению и сокращению товарных потерь.

УП.03. Учебная практика по профессиональному модулю

ПМ. 03. Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами

Область применения программы

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

деятельности (ВПД) Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами.

Место учебной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1-3.7; ОК01 -ОК05, ОК09

Цели и задачи УП.03 – требования к результатам освоения УП.03

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- поиска новых покупателей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и сбора информации о потребностях клиента;
- ведения базы данных клиентов, учетной документации по базе клиентов, заключенным договорам на продажу и сопровождение инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- информирования клиентов о новых поставляемых инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих, о текущих маркетинговых акциях, новых продуктах и специальных предложениях;
- проведения мероприятий (конференций, семинаров, вебинаров) для существующих и потенциальных клиентов;
- заключения договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- развития взаимоотношений с клиентами для заключения новых договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- подготовки коммерческих предложений с учетом установленных условий поставщиков, правил отгрузки в организации и особенностей клиента;
- презентации инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам;
- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
- выполнения запланированных показателей по объему продаж;
- презентации клиентам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- ведения деловой переписки и деловых переговоров с клиентами и партнерами по использованию инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- консультирования клиентов и партнеров по характеристикам новых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, по условиям продажи и ценам, условиям лицензирования программного обеспечения, условиям оказания послепродажной технической поддержки;
- приема и обработка входящих обращений от клиентов и партнеров;
- заключения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- ведения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- ведения переговоров с поставщиками и производителями инфокоммуникационных систем и /или их составляющих;
- информирования о поступлении продукции на склад, об отгрузке (поставке) товара;
- выставления счетов, оформления актов, накладных и счетов-фактур;
- поиска новых каналов сбыта инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и организации их продаж в новых каналах;
- сбора и анализа доступной информации о каналах продаж и типовых решениях по продаже у конкурентов;
- ведение базы данных решений по продаже инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- искать новых клиентов в рамках существующих каналов сбыта;
- вести деловые переговоры и деловую переписку с потенциальными клиентами;
- выявлять потребности клиента в процессе переговоров;
- систематизировать информацию о клиентах;
- использовать почтовые программы на профессиональном уровне;
- применять систему управления взаимоотношениями с клиентами;
- применять систему управления продажами для управления информацией о клиентах;
- выявлять потребности и вести деловые переговоры с клиентами об их потребностях в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих;
- сопровождать развитие системы управления взаимоотношениями с клиентами;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- подготавливать материалы базы данных клиентов к обсуждению потребностей клиентов в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих;
- составлять отчетность о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;
- оформлять коммерческие предложения с использованием офисных программных приложений;
- подготавливать и проводить презентации продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих для потенциальных клиентов;
- разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
- анализировать возможности увеличения объемов продаж;
- планировать и контролировать поступление денежных средств;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
- планировать объемы собственных продаж;
- применять системы управления взаимоотношениями с клиентами при подготовке консультаций по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- искать и систематизировать информацию об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- подготавливать и проводить презентации по использованию продаваемых инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- проводить демонстрации инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- сопоставлять отечественные и зарубежные инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие;
- анализировать предложения поставщиков инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- осуществлять поиск информации по клиентам и партнерам;
- вести учетную документацию по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- искать новые каналы сбыта;
- систематизировать информацию о каналах сбыта и о решениях по продаже;
- вести конкурентную разведку в части, касающейся методов и каналов организации продаж.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:

- модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- методы и инструменты поиска информации;
- правила работы с базами данных на уровне пользователя;
- назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- методы поиска информации о потенциальных потребностях в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;
- основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих;
- правила подготовки и проведения презентации, в том числе с использованием информационных технологий;
- специализированных программных продуктов;
- методы поиска информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- технические характеристики и отличительные особенности продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;
- отечественных и зарубежных производителей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и направления (типы) выпускаемой ими продукции;
- продукцию отечественных производителей, аналогичную продаваемым зарубежным инфокоммуникационным продуктам и (или) их составляющих;
- законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- этику конкурентной разведки в области продаж инфокоммуникационных систем;
- принципы эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами;
- модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.

Количество часов на освоение программы **УП.03 – 36 часа (1 неделя)**.

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет с УП.03 (6 семестр).

Содержание учебной практики:

Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий.

Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.

Оформление витрин и выставок.

Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов.

Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки.

Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.

Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.

Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов.

Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.

Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов.

Анализ товарных запасов с применением программных продуктов.

Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.

**ПП.03. Производственная практика (по профилю специальности)
по профессиональному модулю**

ПМ. 03. Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами

Область применения программы

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами.

Место производственной практики в структуре образовательной программы

Производственная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1-3.7; ОК 01- ОК 05, ОК09

Цели и задачи ПП.03 – требования к результатам освоения ПП.03

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
- поиска и выявления потенциальных клиентов;
- формирования и актуализации клиентской базы;
- проведения мониторинга деятельности конкурентов;
- определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;
- формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
- информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
- закрытия сделок;
- соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
- использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
- мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
- выполнения запланированных показателей по объему продаж;
- разработки программ по повышению лояльности клиентов;
- разработки мероприятий по стимулированию продаж;
- информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;
- участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- контроля состояния товарных запасов;
- анализа выполнения плана продаж;
- информационно-справочного консультирования клиентов;
- контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
- обеспечения соблюдения стандартов организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
- вести и актуализировать базу данных клиентов;
- формировать отчетную документацию по клиентской базе;
- анализировать деятельность конкурентов;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- работать с возражениями клиента;
- применять техники по закрытию сделки;
- суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- осуществлять мероприятия по размещению заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
- соблюдать конфиденциальность информации;
- предоставлять клиенту достоверную информацию;
- корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
- обеспечивать соблюдение требований охраны;
- разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
- анализировать возможности увеличения объемов продаж;
- планировать и контролировать поступление денежных средств;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
- планировать объемы собственных продаж;
- оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
- вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
- вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
- обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
- анализировать оборачиваемость складских остатков;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
- инициативно вести диалог с клиентом;
- резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- разрабатывать рекомендации для клиента;
- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- анализировать рынок с целью формирования коммерческих

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

предложений для клиента;

- проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;

- вести деловую переписку с клиентами и партнерами;

- использовать программные продукты

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:

- методики выявления потребностей клиентов;

- методики выявления потребностей;

- технику продаж;

- методики проведения презентаций;

- потребительские свойства товаров;

- требования и стандарты производителя;

- принципы и порядок ведения претензионной работы;

- ассортимент товаров;

- стандарты организации;

- стандарты менеджмента качества;

- гарантийную политику организации;

- специализированные программные продукты;

- методики позиционирования продукции организации на рынке;

- методы сегментирования рынка;

- методы анализа эффективности мероприятий по продвижению

продукции;

- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;

- Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;

- Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;

- Основы организации послепродажного обслуживания

Количество часов на освоение программы **ПП.03 – 36 часов (1 неделя)**.

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет (6 семестр).

Содержание производственной практики:

1. Подготовительный этап (инструктаж по технике безопасности)

2. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий.

3. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

4. Оформление витрин и выставок.
5. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов.
6. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки.
7. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.
8. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.
9. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов.
10. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.
11. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов.
12. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов.
13. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания
14. Оформление отчета о практике

**УП.03. Учебная практика по профессиональному модулю
ПМ. 03. Осуществление продаж потребительских товаров и
координация работы с клиентами**

Область применения программы

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Место учебной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1-3.7; ОК01 -ОК02, ОК04-ОК05, ОК09

Цели и задачи УП.03 – требования к результатам освоения УП.03

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
- поиска и выявления потенциальных клиентов;
- формирования и актуализации клиентской базы;
- проведения мониторинга деятельности конкурентов;
- определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;
- формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
- информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
- закрытия сделок;
- соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
- использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;
- сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
- мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
- выполнения запланированных показателей по объему продаж;
- разработки программ по повышению лояльности клиентов;
- разработки мероприятий по стимулированию продаж;
- информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;
- участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- контроля состояния товарных запасов;
- анализа выполнения плана продаж;
- информационно-справочного консультирования клиентов;
- контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
- обеспечения соблюдения стандартов организации.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
- вести и актуализировать базу данных клиентов;
- формировать отчетную документацию по клиентской базе;
- анализировать деятельность конкурентов;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- работать с возражениями клиента;
- применять техники по закрытию сделки;
- суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- осуществлять мероприятия по размещению заказа;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
- соблюдать конфиденциальность информации;
- предоставлять клиенту достоверную информацию;
- корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
- обеспечивать соблюдение требований охраны;
- разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
- анализировать возможности увеличения объемов продаж;
- планировать и контролировать поступление денежных средств;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
- планировать объемы собственных продаж;
- оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
- вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
- вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
- обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
- анализировать оборачиваемость складских остатков;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
- инициативно вести диалог с клиентом;
- резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- разрабатывать рекомендации для клиента;
- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;
- проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
- вести деловую переписку с клиентами и партнерами;
- использовать программные продукты.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:

- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
- вести и актуализировать базу данных клиентов;
- формировать отчетную документацию по клиентской базе;
- анализировать деятельность конкурентов;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- работать с возражениями клиента;
- применять техники по закрытию сделки;
- суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- осуществлять мероприятия по размещению заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
- соблюдать конфиденциальность информации;
- предоставлять клиенту достоверную информацию;
- корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
- обеспечивать соблюдение требований охраны;
- разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
- анализировать возможности увеличения объемов продаж;
- планировать и контролировать поступление денежных средств;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
- планировать объемы собственных продаж;
- оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
- вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
- анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков;
- обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;
- анализировать оборачиваемость складских остатков;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
- инициативно вести диалог с клиентом;
- резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- разрабатывать рекомендации для клиента;
- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;
- проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
- вести деловую переписку с клиентами и партнерами;
- использовать программные продукты.

Количество часов на освоение программы **УП.03 – 36 часа (1 неделя).**

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет с УП.03 (6 семестр).

Содержание учебной практики:

Подготовительный этап (инструктаж по технике безопасности)

Планирование работы отдела продаж

Анализ текущей ситуации на рынке

Определение потенциала продаж/прогнозирование продаж

Оценка будущего годового прироста

Генерирование и отбор стратегий

Определение рыночной доли и потенциальный спрос

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

Расчет предельных производственных и финансовых возможности

Определение продажных цен.

Составление бюджета

Формирование структуры продаж по номенклатуре и клиентам

Оформление плана продаж

Разработка мероприятий по выполнению плана продаж

Оценка эффективности предложенных мероприятий

Исследование программ лояльности потребителей выбранной группы товара

SWOT-анализ компании-производителя исследуемой группы товара

Оценка эффективности методов формирования лояльности потребителей

Обоснование методов формирования лояльности потребителей

Формирование программы повышения лояльности и бюджета мероприятий

Разработка метода оценки эффективности программы повышения лояльности

Изучение целей стимулирования продаж

Изучение методов и средств стимулирования продаж

Анализ эффективности проводимых в выбранной компании программ стимулирования продаж

Разработка дополнений и корректировок к текущей системе стимулирования продаж

Оформление отчета по учебной практике

**ПП.03. Производственная практика (по профилю специальности)
по профессиональному модулю**

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

Область применения программы

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Место производственной практики в структуре образовательной программы

Производственная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами», в том

числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1-3.8; ОК 01- ОК09

Цели и задачи ПП.03 – требования к результатам освоения ПП.03

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- теоретические и практические аспекты технологии продаж;
- принципы, функции, цели и задачи управления продажами;
- способы продажи, оказывающие воздействие на поведение покупателей элементы, определяющие уровень обслуживания клиентов

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь:*

- осуществлять постановку целей и задач в области управления продажами, разрабатывать взвешенные управленческие решения;
- осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.
- организовать успешную продажу продукта с использованием способов и методов наиболее эффективных продаж;
- оценивать эффективность управленческих решений в продажах;
- реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
- организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен знать:*

- терминологию, технику эффективных продаж;
- формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий;
- мероприятия по стимулированию покупательского спроса.

Количество часов на освоение программы ПП.03 – **36 часов (1 неделя).**

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет (6 семестр).

Содержание производственной практики:

1. Разработать схему организационной структуры предприятия и сделать её описание.
2. Изучить должностные инструкции работников предприятия и определить роль и функции каждого работника в достижении уставных целей.
3. Познакомиться с содержанием резюме бизнес-плана торгового предприятия.
4. Изучить систему цен и методы стимулирования сбыта.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

5. Принять участие в расчете основных экономических показателей работы торгового предприятия.

6. Принять участие в составлении плана текущей работы подразделения. Изучить порядок осуществления перспективного планирования на предприятии. Составить самостоятельно план текущей работы исполнителей на определенный период и конкретное мероприятие.

7. Принять участие в планировании и оценке экономических показателей структурного подразделения торгового предприятия.

8. Расчет показателей эффективности товарооборота.

9. Расчет показателей экономической эффективности работы торговых предприятий.

10. Расчет обеспеченности, потребности и экономической эффективности использования оборотных средств

11. Выбор метода управленческого воздействия. Решение проблемно-ситуационных задач. Изучить алгоритмы принятия управленческих решений на предприятии по различным стандартным и нестандартным ситуациям.

12. Изучить порядок определения потребности исполнителей в ресурсах для выполнения установленного вида и объема работы.

13. Принять участие в проведении руководителем инструктажа по порядку выполнения работы исполнителями (персоналом предприятия).

14. Применение приемов делового и управленческого общения в профессиональной деятельности. Ролевые игры

15. Использование различных приемов, направленных на организацию работы коллектива исполнителей.

16. Принять участие в проведении руководителем дисциплинарной беседы с сотрудником организации, совершившим дисциплинарный проступок. Описать проблемные ситуации в профессиональной деятельности и разработать варианты управленческих решений по разрешению этих проблем.

17. Изучить систему контроля на предприятии. Выявить внешних и внутренних субъектов контроля, определить методы и способы проведения контрольных процедур и оценки их результативности и последующих действия руководства предприятия.

18. Изучить алгоритмы принятия управленческих решений на предприятии по различным стандартным и нестандартным ситуациям.

19. Расчет показателей по труду, эффективность его использования в торговле.

20. Изучить Положение по оплате труда.

21. Расчет расценок и стимулирующих надбавок для оплаты труда работников торговли.

22. Разработать варианты оценки работы персонала предприятия за отчетный период.

23. Принять участие в составлении кассового и товарного отчета материально-ответственных лиц предприятия торговли.

24. Принять участие в инвентаризации товарно-материальных ценностей

подразделения предприятия. Описать алгоритм подготовки и проведения инвентаризации.

25. Принять участие в оформлении табеля учета рабочего времени и начислении заработной платы сотруднику подразделения торгового предприятия. Описать алгоритм и порядок расчета

Составить отчет о выполненной работе на производственной практике (по профилю специальности).

УП.02. Учебная практика по профессиональному модулю

ПМ. 02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

Область применения программы

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.

Место учебной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 2.1-2.8; ОК01 - ОК09

Цели и задачи УП.02 – требования к результатам освоения УП.02

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

– 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:

– 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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;
- 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.

Количество часов на освоение программы **УП.02 – 72 часа (2 недели).**

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет с УП.02 (5 семестр).

Содержание учебной практики:

1. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование
2. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).
3. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации
4. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.
5. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров.
6. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации
7. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

8. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.

9. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования

10. Построение дерева целей маркетингового исследования по данным предприятия торговли.

11. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.

12. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.

13. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики.

14. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.

15. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли, по данным которого проводится маркетинговое исследование.

16. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках

17. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации

18. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий.

19. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышению объемов продаж торговой организации.

20. Оформление результатов маркетингового исследования.

21. Подготовка презентации по результатам проведенного маркетингового исследования.

22. Представление и защита результатов проведенного маркетингового исследования

23. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.

24. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики)

25. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации

26. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.

27. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров

28. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации

29. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.

30. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.

**ПП.02. Производственная практика (по профилю специальности)
по профессиональному модулю**

**ПМ. 02. Организация и осуществление предпринимательской
деятельности в сфере торговли**

Область применения программы

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.

Место производственной практики в структуре образовательной программы

Производственная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 2.1-2.8; ОК 01- ОК 04, ОК 07, ОК09

Цели и задачи ПП.02 – требования к результатам освоения ПП.02

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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 решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

организации;

– собирать информацию о бизнес-проблемах;
анализировать финансовую отчетность на предмет рисков
использования отчетов в анализе рисков

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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;
- 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.

Количество часов на освоение программы **ПП.02 – 36 часов (1 неделя).**

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет (6 семестр).

Содержание производственной практики:

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
3. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана
4. Составление визитки команды.
5. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы
6. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона
7. Построение модели Остервальдера
8. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.
9. Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов
10. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов
11. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.
12. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

13. Расчеты цен и себестоимости
14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении
15. Составление плана переменных расходов
16. Расчет точки безубыточности
17. Составление бюджета доходов и расходов
18. Составление бюджета движения денежных средств
19. Составление прогнозного баланса
20. Определение и обоснование источников финансирования
21. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств
22. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)
23. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)
24. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)
25. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)
26. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)
27. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности

УП.03. Учебная практика по профессиональному модулю

ПМ. 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга

Область применения программы

Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление интернет-маркетинга.

Место учебной практики в структуре образовательной программы

Учебная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1-3.6; ОК01 -ОК02, ОК04-ОК05, ОК09

Цели и задачи УП.03 – требования к результатам освоения УП.03

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) 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;
 - 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;
 - анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
- составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь*:

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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;
 - 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;
 - 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;
 - писать 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.
- В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
 - основы веб-технологии;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого 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 сообщаемого 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;
- перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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.

Количество часов на освоение программы **УП.03 – 36 часа (1 неделя)**.

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет с УП.03 (6 семестр).

Содержание учебной практики:

Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта

Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта

Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.

Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.

Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи

Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

**ПП.03. Производственная практика (по профилю специальности)
по профессиональному модулю**

ПМ. 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга

Область применения программы

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) Организация и осуществление интернет-маркетинга.

Место производственной практики в структуре образовательной программы

Производственная практика по профессиональному модулю входит в профессиональный учебный цикл, направленный на овладение обучающимися вида профессиональной деятельности «Организация и

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

осуществление интернет-маркетинга», в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями: ПК 3.1-3.6; ОК 01- ОК09

Цели и задачи ПП.03 – требования к результатам освоения ПП.03

В результате освоения профессионального модуля обучающийся *иметь практический опыт:*

- проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
 - проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) 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;
 - 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;
 - анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
- составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

В результате освоения дисциплины обучающийся *должен уметь:*

- 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- 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;
- 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;
- 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;
- писать 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен *знать*:

- основы эргономичности (юзабилити) 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;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого 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 сообщаемого 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;

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- 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.

Количество часов на освоение программы **ПП.03 – 36 часов (1 неделя)**.

Форма промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет (6 семестр).

Содержание производственной практики:

1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта
2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.
3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.
4. Анализ поисковой выдачи.
5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи
6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
7. Определение стратегии поискового продвижения.
8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 7 Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
9. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.
10. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Разработка лендинга.

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

11. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.

12. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании

13. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.

Производственная практика (преддипломная) ПДП

Область применения программы

Рабочая программа преддипломной практики составлена в соответствии с Федеральным государственным образованным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства просвещения РФ от 19 июля 2023 года № 548.

Цели производственной практики (преддипломной):

Целью преддипломной практики является обобщение, расширение и совершенствование знаний и умений студентов в соответствии с требованиями ФГОС по специальности; проверке возможности самостоятельной работы будущего специалиста в условиях конкретного предприятия, получении необходимых материалов для выполнения дипломного проекта (работы)

Задачи производственной практики (преддипломной):

Основными задачами преддипломной практики являются:

– закрепление, углубление и систематизация профессиональных компетенций, полученных при изучении профессиональных модулей и общепрофессиональных дисциплин, определяющих профиль специальности:

– ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности, ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров, ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, ПМ.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами, ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга, ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

– приобретение профессиональных навыков самостоятельной работы в качестве специалиста в области организации и проведения коммерческой деятельности в производственных, торговых и сервисных организациях.

В соответствии с Государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки обучающихся по специальности 38.02.08

Торговое дело бюджет времени на преддипломную практику определен в объеме 4 недель.

Требования к результатам освоения программы:

В результате прохождения преддипломной практики осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

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 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий

ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках

ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности

ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

ПК 3.1. Осуществлять сопровождение базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров

ПК 3.3. Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам

ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж

ПК 3.5. Консультировать клиентов по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих

ПК 3.6. Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использованием специализированных программных продуктов

ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

ПК 3.1. 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»

ПК 3.1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров

ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов

ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж

ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса

ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов

ПК 3.7. Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов

ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

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 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.

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

ОК 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения

ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной

Автономная некоммерческая организация профессионального образования

«Колледж мировой экономики и передовых технологий»

деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности

ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Общее количество часов на освоение программы производственной практики –144 часа.

В рабочей программе представлены:

- цели, задачи, место и время проведения практики;
- место производственной практики в структуре ППССЗ;
- компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики по профилю специальности;
- структура и содержание производственной практики;
- формы промежуточной аттестации;
- учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение производственной практики.

Содержание рабочей программы преддипломной практики полностью соответствует ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело и обеспечивает практическую реализацию ФГОС в рамках образовательного процесса.

Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачет (6 семестр).