

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Факультет информационных технологий и экономики
Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института экономики,
информационных технологий и креативных индустрий



Кожевникова Т.М.
«25» февраля 2026г.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

образовательной программы среднего профессионального образования - программа
подготовки специалистов среднего звена
по специальности 38.02.08 Торговое дело
квалификация Специалист торгового дела
направленность Коммерция и осуществление интернет-маркетинга

Год набора – 2026

Тамбов – 2026

Методические рекомендации для студентов среднего профессионального образования специальность 38.02.08 Торговое дело / Сост: А.Ю. Федорова, – Тамбов: 2025

Рассматриваются вопросы, связанные с процессом прохождения студентами среднего профессионального образования специальности 38.02.08 Торговое дело производственной практики в профильных организациях.

Методические рекомендации разработаны на основании ФГОС СПО и утверждены на заседании кафедры экономики и управления Факультета информационных технологий и экономики Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий 12 ноября 2025г. протокол № 6.

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным Приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 г., № 548, производственная практика является обязательным компонентом учебного плана.

Производственная практика – практика, направленная на формирование профессиональных умений и приобретение опыта профессиональной деятельности по соответствующей специальности в рамках образовательных программ среднего профессионального образования.

1. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

Целью прохождения производственной практики является деятельность, направленная на формирование, закрепление и развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Задачами производственной практики являются формирование практических навыков организации и осуществления торговой деятельности; организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли; организации и осуществления интернет-маркетинга.

В результате прохождения практики обучающийся должен демонстрировать:
знание:

ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности

- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;
- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;
- методы и инструменты работы с базами больших данных;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;
- особенности составления закупочной документации;
- методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;
- основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;
- нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;
- международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;
- международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;
- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;
- методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках;
- методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;
- основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;
- документооборот внешнеторговых сделок;
- условия внешнеторгового контракта;
- нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;
- правила оформления документации по внешнеторговому контракту;

- порядок документооборота в организации;
- основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;
- виды торговых структур;
- формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;
- материально-техническую базу торговли;
- инфраструктуру потребительского рынка;
- средства, методы, инновации в отрасли;
- организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли;
- требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;
- правила торговли;
- количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.

ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

- 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;

ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

- 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 сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);
- методы обработки текстовой и графической информации;
- основы копирайтинга и веб-райтинга;
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- 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

умение:

ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности

- 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;
- 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 кон-тракта 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;
 - применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;
 - управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;
 - оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;
 - применять электронный документооборот;
 - осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.
 - применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;
 - оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
 - осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных,
 - использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
 - пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.

ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения

маркетингового исследования;

- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;

ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
- использовать инструменты для проведения технического аудита;
- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
- 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

практический опыт:

ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности

- 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;
- 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;
- 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.

ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;
- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
- поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
- применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;

ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

- 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 прохождения производственной практики, обучающийся должен освоить следующие общие и профессиональные компетенции:

Перечень общих компетенций (ОК):

Код	Наименование общих компетенций
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 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Перечень профессиональных компетенций (ПК):

Код	Наименование профессиональных компетенций
Производственная практика ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности	
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
Производственная практика ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	

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
Производственная практика ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга	
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
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»

2. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

Производственная практика по ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности проводится в соответствии с учебным планом в 5 семестре, продолжительность практики 2 недели.

Производственная практика по ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли проводится в соответствии с учебным планом в 5 семестре, продолжительность практики 2 недели.

Производственная практика по ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга проводится в соответствии с учебным планом в 6 семестре, продолжительность практики 2 недели.

Продолжительность рабочего дня обучающихся при прохождении практики определяется, в отдельных случаях ФГОС СПО по соответствующей специальности (если отдельно предусматриваются нормы продолжительности рабочего дня в период практики), и кроме того, статьями 91 и 92 Трудового кодекса Российской Федерации (далее – ТК РФ):

- для обучающихся в возрасте до 16 лет – не более 24 часов в неделю;
- для обучающихся в возрасте от 16 до 18 лет – не более 35 часов в неделю;
- для обучающихся в возрасте от 18 лет и старше – не более 40 часов в неделю.

При этом продолжительность ежедневной работы не может превышать для обучающихся в возрасте от 15 до 16 лет пять часов, в возрасте от 16 до 18 лет – семь часов (ст. 94 ТК РФ).

Место проведения производственной практики посещается в рабочие дни недели. Проведенная работа отражается в дневнике практиканта.

Во время прохождения практики студенты обязаны соблюдать действующие в организации правила и требования.

По итогам практики по **ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности** студент должен представить на кафедру экономики и управления соответствующему преподавателю отчет (Приложение 4), дневник производственной

практики с аттестационным листом (Приложения 1 и 2), характеристику (Приложение 3), рабочий график (план) (Приложение 5) и индивидуальное задание (Приложение 6), подписанные руководителем лаборатории и скрепленные печатью.

По итогам практики по **ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли** студент должен представить на кафедру экономики и управления соответствующему преподавателю отчет (Приложение 10), дневник производственной практики с аттестационным листом (Приложения 7 и 8), характеристику (Приложение 9), рабочий график (план) (Приложение 11) и индивидуальное задание (Приложение 12), подписанные руководителем лаборатории и скрепленные печатью.

По итогам практики по **ПМ 03. Организация и осуществление интернет-маркетинга** студент должен представить на кафедру экономики и управления соответствующему преподавателю отчет (Приложение 16), дневник производственной практики с аттестационным листом (Приложения 13 и 14), характеристику (Приложение 15), рабочий график (план) (Приложение 17) и индивидуальное задание (Приложение 18), подписанные руководителем лаборатории и скрепленные печатью.

Рекомендации по оформлению отчета приведены ниже.

Отчет о производственной практике должен включать в себя следующие составные части:

- 1) титульный лист;
- 2) оглавление с указанием страниц, позволяющее облегчить поиск необходимого раздела;
- 3) введение, в котором кратко излагается основной материал о практике;
- 4) основную часть, в которой излагается аналитический материал в соответствии с программой производственной практики, описываются способы и методы изучения и обработки собранного материала, полученные результаты и прочее;
- 5) заключение, подводящее итоги по изложенному материалу в форме выводов;
- 6) приложения.

Рукопись отчета должна быть сброшюрована в скоросшиватель, файл-папку.

3. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К РУКОПИСИ ОТЧЕТА

К рукописи отчета устанавливаются следующие требования:

Рукопись отчета о производственной практике, сдается на кафедру соответствующему преподавателю в сроки, установленные учебным планом в одном экземпляре. Весь перечень документов по практике: отчет, график, дневник и т.д. необходимо также сдать в электронном виде.

Во введении описываются участки прохождения практики в соответствии с календарным планом-графиком; и показываются основные вопросы и направления, которыми занимался студент на практике. Указывается цель прохождения производственной практики и навыки, которые должен приобрести практикант.

В дневнике практики обязательно должен быть пункт инструктажа с требованиями БЖД (выдержка из замечаний Рособнадзора: проводить). *Пример пункта:* прохождение инструктажа по охране труда и оформление их доступа на предприятие.

Основная часть отчета формируется в соответствии с содержанием практики по разделам и видам работ, указанных программе производственной практики (раздел структура и содержание практики).

В заключении студент должен указать приобретенные им знания и навыки практической работы, а также сделать выводы и дать конкретные предложения по совершенствованию финансовых аспектов деятельности базы практики.

В тексте отчета должны быть приведены таблицы, схемы, графики, расчеты и т. п. В качестве приложений могут быть:

- копии форм бухгалтерской и статистической отчетности за отчетный период, как правило, за год;
- инструкции, приказы, положения, и другие нормативные документы;
- статистические и другие вспомогательные материалы, использованные студентом для проведения расчетов.

Текст печатается на стандартной белой бумаге формата А4 (размер 210x297 мм), на одной стороне листа через 1,5 интервала, шрифт – 14 Times New Roman, число знаков в строке – 60-65, число строк на одной странице – 20-30.

Формат документа – MSWord с расширением*.doc, *.rtf (документ Word 2007-2010).

Размер полей на странице: верхних и нижних – не менее 20 мм, левых – не менее 20-30 мм, правых - не менее 10 мм. Размер абзацного отступа – 1,25 мм. Заголовки отделяются от текста сверху и снизу пробелом в два интервала. Переносы в заголовках не допускаются. Общий объем текстовой части рукописи отчета должен составлять не менее 25-40 страниц.

Формулы и символы вписываются только с помощью Word. Сразу после формулы ставится запятая, затем с новой строки после слова «где» следует экспликация с расположением в виде колонки. В экспликацию формул включают все, ранее нерасшифрованные буквенные обозначения величин в той последовательности, в которой они расположены в формуле. При этом, если правая часть формулы представляет собой дробь, то сначала поясняют обозначение величин в числителе, а затем – в знаменателе. Выравнивание колонки происходит по знаку тире. Промежуточные формулы нумеруются строчными буквами русского алфавита в круглых скобках, а основные арабскими. Все номера проставляются у правого поля страницы против нижней строки математического выражения.

Все используемые в отчете по практике материалы даются со ссылкой на источник. Ссылки на литературные источники следует давать в тексте с указанием номера источника и страницы в квадратных скобках, например [12; с. 151]. Данная ссылка означает, что источник помещен в списке использованной литературы под номером 12, а 151 означает страницу этого источника.

Таблица должна иметь название и номер. Над таблицей помещают надпись с указанием ее номера, например: Таблица 1 - Перечень первичных документов по учету денежных средств в ООО «Радуга». Название таблицы располагают по центру страницы без абзацного отступа. При переносе таблицы на следующую страницу работы над ней размещают слова «Продолжение таблицы» с указанием ее номера. При этом «шапку» таблицы или повторяют, или, пронумеровав графы в начале таблицы, повторяют их нумерацию на последующих страницах. Заголовок таблицы при ее переносе не повторяют. В тексте отчета должно быть указание на таблицу.

В рукописи показывают все необходимые выделения слов и частей текста. При этом четко обозначается соподчиненность заголовка и подзаголовков.

На иллюстрациях приводят только цифры или буквенные обозначения, а их расшифровку дают в подписи под рисунком, которая включает в себя: порядковый номер со словом «Рис.», название, поясняющее содержание иллюстрации, расшифровку условных обозначений – цифровых, буквенных, графических. После основной подписи ставится двоеточие, пояснение дается с новой строки и отделяется точкой с запятой. Если в тексте по ходу изложения материала иллюстрации подробно разъясняются с перечислением всех нумерованных деталей и буквенных обозначений, то пояснять их в подрисуночной подписи не следует. При вычерчивании графиков они должны быть снабжены координатной сеткой. Допускается вычерчивание графиков без координатной сетки в случае, если они поясняют лишь принципиальную картину того или иного процесса.

Страницы отчета следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту, начиная от титульного листа до последней страницы без пропусков, повторений. Номер страницы печатается в правом верхнем углу страницы (без

точки). Первой страницей считается титульный лист, нумерация начинается с третьей страницы (лист «Введение»). Иллюстрации и таблицы, выполненные на отдельных листах, включаются в общую нумерацию страниц отчета.

В приложениях, как правило, помещают материалы, которые дополняют и иллюстрируют основной текст отчета: копии документов, справочные таблицы, протоколы проведенных экспериментов, инструкции, методики, описания алгоритмов и программ, иллюстрации вспомогательного характера и так далее.

Приложения оформляются как продолжение отчета на его последующих страницах, располагаясь в порядке появления на них ссылок в тексте отчета.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь содержательный заголовок, напечатанный строчными буквами в правом верхнем углу, например: Приложение 1. Нумерация материалов приложения производится в соответствии с общей нумерацией рукописи отчета.

Список использованной литературы должен включать не менее 30 источников и содержать сведения о них, используемых при написании отчета, причем в списке можно показывать всю использованную при работе над отчетом литературу. Это решает практикант. Список литературы необходимо оформлять в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.100-2018 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.

Небрежно оформленные отчеты подлежат возврату на доработку и устранение замечаний.

Итоговая оценка выставляется комиссией в составе заведующего кафедрой и руководителем практики.

Студенты обязаны вести дневник практики, в котором отражают все выполняемые в период практики работы. Дневник сдается вместе с отчетом по практике на кафедру экономики и управления.

В дневник заносятся все выполняемые работы. Записи делаются ежедневно (в рабочие дни). В дневнике также приводятся нормативные, инструктивные и другая литература, изученная студентом в период практики, отмечаются производственные экскурсии, присутствие на производственных совещаниях, научно-исследовательская работа, участие в общественной работе.

По результатам прохождения практики руководителями практики заполняется аттестационный лист, относящийся к дневнику практики, и позволяющий отразить сведения об уровне освоения обучающимся в ходе практики профессиональных компетенций.

Руководителем практики от организации составляются характеристики на обучающегося-практиканта, в целом отражающие деловые качества и уровень подготовки обучающегося, проходившего практику, степень освоения им программы практики, общекультурных и профессиональных компетенций.

Дневник студента по производственной практике, аттестационный лист вместе с отчетом и характеристикой на обучающегося-практиканта сдается на кафедру экономики и управления в трехдневный срок после окончания практики.

База прохождения практики должна создать все необходимые условия для получения студентами в период прохождения производственной практики знаний по выбранной специальности, предоставить студентам-практикантам возможность пользоваться бухгалтерскими и статистическими отчетами, имеющейся литературой и другой несекретной документацией.

Руководитель от базы практики должен оказывать содействие студенту в выполнении программы производственной практики, перемещать его с одного рабочего места на другое, проводить инструктаж. Руководитель практики от предприятия должен привлекает студента-практиканта к участию в производственных совещаниях, собраниях, а также к общественной работе в трудовом коллективе.

Необходимо добавить к документации по практике студентов – индивидуальное задание и план-график практик, согласованные с руководителем от базы практики.

При сдаче отчета необходимо соблюдать следующий порядок документов:

В папке-вкладыш (файле): характеристика; индивидуальное задание, план-график практики, дневник, аттестационный лист, отчет.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Содержание практики по разделам	Виды работ	Трудовая емкость	Формы текущего контроля
ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности				
1	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	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. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	24 часа	Собеседование
2	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	1. Приемка товаров по количеству и качеству; Изучение инструкций по охране труда.	24 часа	Собеседование
3	Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	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.	24 часа	Собеседование
ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли				
1	Технология проведения маркетинговых исследований	1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирование целей маркетингового исследования 2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 3. Определение этапов	36 часов	Собеседование

		проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем производственной практики. 5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: 8. исследования рынка (определение емкости рынка и доли рынка); 9. изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, 10. уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента); 11. исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); 12. исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене); 13. исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании); 14. рынка. 15. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. 16. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках 17. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.		
--	--	---	--	--

		18. Оформление результатов маркетингового исследования.		
2	Ценообразование в торговой деятельности	1. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям 2. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 3. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем производственной практики). 4. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 5. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 6. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. 7. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. 8. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги 9. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	36 часов	Собеседование
ПМ 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга				
1	Технология интернет-маркетинга	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.	72 часа	Собеседование

		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. 9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 13. Разработка лендинга. 14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. 15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. 16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.		
--	--	---	--	--

Учебно-методические рекомендации по выполнению заданий на практике отражены в Положении Университета о практике обучающихся, осваивающих

образовательные программы СПО.

5. ОБЯЗАННОСТИ СТУДЕНТА-ПРАКТИКАНТА

Студент при прохождении производственной практики по обязан:

- полностью выполнить задания, предусмотренные программой практики;
- подчиняться действующим на организации правилам внутреннего распорядка;
- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;
- активно участвовать в общественной жизни коллектива организации;
- нести ответственность за выполненную работу и ее результаты наравне со штатными работниками;
- вести дневник-отчет, в котором записывать основные этапы работы, необходимые цифровые материалы, содержание лекций и бесед и т.п. (дневник-отчет должен быть подписан руководителем практики);
- представить в университет дневник и отчет о выполнении практики. Вместе с отчетом представить характеристику (отзыв) на студента-практиканта.

6. ЗАЩИТА ОТЧЕТА

Сданные студентом на кафедру отчет и дневник проверяются преподавателями – руководителями практики, который делает заключение и оценку отчета. Если представленные материалы отвечают установленным требованиям студент допускается к защите отчета по практике.

В процессе защиты студент должен кратко изложить основные результаты проделанной на практике работы выводы и рекомендации, структуру и анализ практических материалов, собранных с места прохождения практики. При этом желательно делать сопоставления теории с практикой.

При оценке итогов работы студентов на производственной практике принимается во внимание полнота и качество отчета, оценка руководителя от базы практики, качество выполнения конкретных заданий и оценка отчета, данная руководителем от кафедры, а также правильность, обоснованность ответов данных студентом непосредственно на защите отчета.

По итогам защиты студенту выставляется оценка (зачтено / не зачтено). Оценка практики проставляется в ведомость и зачетную книжку студента.

Студент, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется повторно на практику или при невозможности такого отчисляется из университета.

Непредставление студентами отчетов в установленные сроки следует рассматриваться как нарушение дисциплины и невыполнение учебного плана.

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543173>

2. Иванов, Г. Г., Организация торговли (торговой деятельности) : учебник / Г. Г. Иванов. — Москва : КноРус, 2022. — 222 с. — ISBN 978-5-406-09325-2. — URL: <https://book.ru/book/942852>

3. Изотова Г. С., Еремин С. Г., Галкин А. И. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами [Электронный ресурс]: Учебник для вузов. - Москва:Юрайт, 2022. - 396 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/495098>
4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>
5. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.]; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 556 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18677-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545321>
6. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>
7. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535762>
8. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08704-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542352>
9. Мамедова Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13829-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495169>
10. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-20235-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557834>
11. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789>

Дополнительные источники

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (в действующей редакции)
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (в действующей редакции)
3. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (в действующей редакции) "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц"

4. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) "О защите конкуренции"
5. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действующей редакции) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"
6. "ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (в действующей редакции)
7. ГОСТ Р 53940–2010. Национальный стандарт Российской Федерации. Контрольно-кассовая техника. Общие требования к продукции и порядку ее применения. Дата введения 2012-06-01. — Текст: электронный // ПСС «Кодекс». — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200085085>
8. ГОСТ Р 54608–2011. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги торговли. Общие требования к объектам мелкорозничной торговли. Дата введения 2013-01-01. — Текст: электронный // ПСС «Кодекс». — URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200093466>
9. Боброва О. С., Цыбуков С. И., Бобров И. А. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: Учебник и практикум Для СПО. - Москва: Юрайт, 2022. - 382 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/490476>
10. Гаврилов Л.П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция 6-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО [Электронный ресурс]: - , 2023. - 579 с – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/533878>
11. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 372 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15960-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535911>
12. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536773>
13. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>
14. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Трофимов [и др.] ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 556 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18677-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545321>
15. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>
16. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию : учебное пособие для среднего профессионального образования / О. С. Карашук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 143 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15823-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509827>

17. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 422 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19915-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557325>

18. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>

19. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18733-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545455>

20. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж : учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541760>

21. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

22. Магомедов, А. М. Экономика организации : учебник для среднего профессионального образования / А. М. Магомедов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16984-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540263>

23. Международная торговля : учебник для вузов / Р. И. Хасбулатов [и др.] ; под общей редакцией Р. И. Хасбулатова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05486-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536068>

24. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>

25. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие / Н. Г. Пахомова. — Липецк : Липецкий ГТУ, 2021. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-069-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/216089>). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

26. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 453 с. — (Профессиональное образование).

— ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555977>

27. Федорова, И. Ю. Финансовый механизм государственных и муниципальных закупок : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. Ю. Федорова, А. В. Фрыгин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 148 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10187-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495168>

28. Справочно-правовая система «Гарант» - URL <https://www.garant.ru/>

29. Справочно-правовая система «Консультант плюс»: сайт. — URL: <http://www.consultant.ru/>

30. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>

31. Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>

32. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

Электронно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – база данных учебной, учебно-методической и научной литературы по основным изучаемым дисциплинам - <http://www.biblioclub.ru>

2. Электронно-библиотечная система «Юрайт»: коллекция «Легендарные книги» и коллекция СПО– электронные версии учебной и учебно-методической литературы по экономическим, юридическим, гуманитарным, инженерно-техническим и естественно-научным направлениям - <http://www.urait.ru>

3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования (электронные версии российских научных журналов) - <http://elibrary.ru>

4. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»– фонд электронных версий печатных изданий, электронных изданий и ресурсов, мультимедийных изданий и др. - <https://нэб.рф>

5. Электронная библиотека ТГУ– база данных научных трудов преподавателей- <https://elibrary.tsutmb.ru>

Используемые образовательные платформы:

1. Электронная образовательная среда MOODLE <http://moodle.tsutmb.ru/>

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Факультет информационных технологий и экономики

ДНЕВНИК
производственной практики
(вид практики)

по профессиональному модулю 01 Организация и осуществление торговой деятельности
обучающегося

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Группа _____

Организация – база практики _____

Срок практики: с «____» _____ 20__ г. по «____» _____ 20__ г.

Руководитель практики от Университета _____ (ФИО)
подпись

Руководитель лаборатории от организации _____ (ФИО)
подпись

ПМ 01 Организация и осуществление торговой деятельности

[illegible]

Дневник практики заверяю

Должность руководителя практики от организации

_____ / ФИО
подпись

МП

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
 Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
 Факультет информационных технологий и экономики

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

_____,
 (ФИО)

обучающегося _ курса специальности 38.02.08 Торговое дело
 успешно прошел(а) производственную практику по профессиональному модулю 01
Организация и осуществление торговой деятельности
 в объеме _____ часов с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.
 в _____
 (наименование базы практики)

В ходе практики обучающийся освоил общие компетенции:

Наименование ОК	Уровень усвоения компетенций
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
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.	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий

В ходе практики обучающийся освоил профессиональные компетенции:

Наименование ПК	Уровень усвоения 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	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий

Руководитель практики от работодателя
(должность, место работы)

_____/_____
подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

МП

Руководитель практики от ТГУ им. Г.Р. Державина
(должность, место работы)

_____/_____
подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Факультет информационных технологий и экономики

ХАРАКТЕРИСТИКА

по освоению общих и профессиональных компетенций

1. ФИО обучающегося:	
2. Курс, группа:	
3. Шифр и название специальности/ квалификации в соответствии с ФГОС СПО:	38.02.08 Торговое дело, квалификация «Специалист торгового дела»
4. Место проведения практики (полное наименование организации, юридический и фактический адрес):	
5. Время проведения практики:	
6. Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики:	
7. Качество выполнения работ в соответствии с требованиями организации, в которой проходила практика:	
8. Общая оценка освоенных обучающимся во время практики общих и профессиональных компетенций, показателей освоения:	

За время прохождения практики обучающийся зарекомендовал себя (следует отразить деловые качества практиканта и уровень его подготовки).

Программа практики выполнена полностью (если выполнена в неполном объеме, то необходимо указать причины невыполнения).

Рекомендую оценить практику обучающегося _____
(ФИО)

Руководитель практики от работодателя
(должность, место работы)

_____/_____
подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики от ТГУ им. Г.Р. Державина
(должность, место работы)

_____/_____
подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г

ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю 01 Организация и осуществление торговой деятельности

обучающегося ____ курса ____ группы _____
(ФИО полностью)

С «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. я находился на
производственной

практике в _____.
(наименование организации-базы практики)

За этот период... (приводится краткая характеристика выполненной работы).

Программа практики выполнена полностью (если выполнена в неполном объеме, то
необходимо указать причины невыполнения).

«__» _____ 20__ г. _____
(подпись обучающегося)

Отчет практики утверждаю

Руководитель практики от работодателя

_____/ ФИО
подпись

МП

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

И.О. Фамилия руководителя практики от
профильной организации

И.О. Фамилия руководителя практики от
Университета

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)
проведения производственной практики
(вид практики)

по профессиональному модулю 01 Организация и осуществление торговой деятельности
Обучающегося _ курса обучения _____
производственной группы № _____
Специальность 38.02.08 Торговое дело
(код и наименование)

Этап	Содержание этапа практики	Даты прохождения этапа практики	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Инструктаж по правилам оказания первой медицинской помощи.		Опрос
2	Основной этап. Работа с нормативно-правовыми актами, рекомендациями, материалами, интернет-ресурсами. Выполнение, индивидуального задания на практику. Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала. Сбор информации и материалов для написания отчета по практике		Опрос
3	Итоговый этап. Подготовка документации и отчета по практике.		Защита отчета

Сроки прохождения практики: _____

Место прохождения практики: _____

(указывается наименование организации, а также фактический адрес)

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и управления (протокол от «__»
20__ г. № ____)

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Кафедра экономики и управления

Специальность 38.02.08 Торговое дело, квалификация «Специалист торгового дела»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на производственную практику

по профессиональному модулю 01 Организация и осуществление торговой деятельности

для _____
(ФИО обучающегося полностью)

Обучающегося _ курса, производственная группа № _____

Место прохождения практики:

_____,
адрес организации:

Срок прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Цель прохождения практики: формирование, закрепление и развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Содержание практики, вопросы, подлежащие изучению:*

- ознакомиться с правилами внутреннего распорядка учреждения и техникой безопасности на рабочем месте;
- изучить и дать краткую характеристику организации;
- провести анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;
- составить и оформить закупочную документацию, провести ее проверку для проведения закупочной процедуры;
-

Планируемые результаты практики:*

- закрепление знаний, полученных в ходе обучения;
- формирование навыков проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий;
- способность устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта;
- формирование умений и навыков осуществления подготовки, оформления и проверки закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий;
- формирование умений и навыков осуществления подготовки к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение;

- формирование умений и навыков осуществления контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и управления (протокол от « »__
20__ г. № ____)

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

*И.О. Фамилия руководителя практики от
профильной организации*

« ____ » _____ 20__ г.

*И.О. Фамилия руководителя практики от
Университета*

« ____ » _____ 20__ г.

Задание принято к исполнению: _____
(подпись обучающегося)

« ____ » _____ 20__ г.

*Индивидуальное задание заполняется студентом-практикантом совместно с руководителем практики в зависимости от места прохождения практики, содержания практики и вопросов, подлежащих изучению на практике.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Факультет информационных технологий и экономики

ДНЕВНИК
производственной практики
(вид практики)

по профессиональному модулю 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

обучающегося

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Группа _____

Организация – база практики _____

Срок практики: с «____» _____ 20__ г. по «____» _____ 20__ г.

Руководитель практики от Университета _____ (ФИО)
подпись

Руководитель от организации _____ (ФИО)
подпись

ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

[illegible]

Дневник практики заверяю

Руководитель практики от организации

_____ / ФИО
подпись

MP

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
 Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
 Факультет информационных технологий и экономики

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

_____,
 (ФИО)

обучающегося _ курса специальности 38.02.08 Торговое дело
 успешно прошел(а) производственную практику по профессиональному модулю 02
Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
 в объеме 36 часов с «___» _____ 20___ г. по «___» _____ 20___ г. в

 (наименование базы практики)

В ходе практики обучающийся освоил общие компетенции:

Наименование ОК	Уровень усвоения компетенций
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
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.	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий

В ходе практики обучающийся освоил профессиональные компетенции:

Наименование ПК	Уровень усвоения компетенций
ПК 2.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 2.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 2.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий

Руководитель практики от организации

_____/_____
подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

МП

Руководитель практики от ТГУ им. Г.Р. Державина
(должность, место работы)

_____/_____
подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
 Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
 Факультет информационных технологий и экономики

ХАРАКТЕРИСТИКА

по освоению общих и профессиональных компетенций

1. ФИО обучающегося:	
2. Курс, группа:	
3. Шифр и название специальности/ квалификации в соответствии с ФГОС СПО:	38.02.08 Торговое дело, квалификация «Специалист торгового дела»
4. Место проведения практики (полное наименование организации, юридический и фактический адрес):	
5. Время проведения практики:	
6. Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики:	
7. Качество выполнения работ в соответствии с требованиями организации, в которой проходила практика:	
8. Общая оценка освоенных обучающимся во время практики общих и профессиональных компетенций, показателей освоения:	

За время прохождения практики обучающийся зарекомендовал себя (следует отразить деловые качества практиканта и уровень его подготовки).

Программа практики выполнена полностью (если выполнена в неполном объеме, то необходимо указать причины невыполнения).

Рекомендую оценить практику обучающегося _____
 (ФИО)

Руководитель практики от организации

 подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики от ТГУ им. Г.Р. Державина
 (должность, место работы)

 подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

обучающегося ____ курса ____ группы _____
(ФИО полностью)

С «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. я находился на
производственной практике в _____ :-
(наименование организации-базы практики)

За этот период... (приводится краткая характеристика выполненной работы).

Программа практики выполнена полностью (если выполнена в неполном объеме, то необходимо указать причины невыполнения).

«__» _____ 20__ г. _____
(подпись обучающегося)

Отчет практики утверждаю

Руководитель практики от организации

_____ / ФИО
подпись

МП

Тамбов 202_

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

И.О. Фамилия руководителя практики от
профильной организации

И.О. Фамилия руководителя практики от
Университета

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)
проведения производственной практики
(вид практики)

по профессиональному модулю 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

Обучающегося _ курса обучения _____

производственной группы № _____

Специальность 38.02.08 Торговое дело

(код и наименование)

Этап	Содержание этапа практики	Даты прохождения этапа практики	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Инструктаж по правилам оказания первой медицинской помощи.		Опрос
2	Основной этап. Работа с нормативно-правовыми актами, рекомендациями, материалами, интернет-ресурсами. Выполнение, индивидуального задания на практику. Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала. Сбор информации и материалов для написания отчета по практике		Опрос
3	Итоговый этап. Подготовка документации и отчета по практике.		Защита отчета

Сроки прохождения практики: _____

Место прохождения практики: _____

(указывается наименование организации, а также фактический адрес)

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и управления (протокол от «__»
20__ г. № _____)

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Кафедра экономики и управления

Специальность 38.02.08 Торговое дело, квалификация «Специалист торгового дела»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на производственную практику

по профессиональному модулю 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

для _____
(ФИО обучающегося полностью)

Обучающегося _ курса, производственная группа № _____

Место прохождения практики:

_____,
адрес организации:

Срок прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Цель прохождения практики: формирование, закрепление и развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Содержание практики, вопросы, подлежащие изучению:*

- ознакомиться с правилами внутреннего распорядка учреждения и техникой безопасности на рабочем месте;
- изучить и дать краткую характеристику организации;
- изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования;
- составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач;
- определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли;
-

Планируемые результаты практики:*

- закрепление знаний, полученных в ходе обучения;
- формирование навыков проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- формирование навыков разработки предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- формирование способности проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- способность устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и управления (протокол от « »_ 20__ г. № ____)

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

*И.О. Фамилия руководителя практики от
профильной организации*

« ____ » _____ 20__ г.

*И.О. Фамилия руководителя практики от
Университета*

« ____ » _____ 20__ г.

Задание принято к исполнению: _____
(подпись обучающегося)

« ____ » _____ 20__ г.

*Индивидуальное задание заполняется студентом-практикантом совместно с руководителем практики в зависимости от места прохождения практики, содержания практики и вопросов, подлежащих изучению на практике.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Факультет информационных технологий и экономики

ДНЕВНИК
производственной практики
(вид практики)

по профессиональному модулю 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга
обучающегося

Фамилия _____

Имя _____

Отчество _____

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Группа _____

Организация – база практики _____

Срок практики: с «____» _____ 20__ г. по «____» _____ 20__ г.

Руководитель практики от Университета _____ (ФИО)
подпись

Руководитель практики от организации _____ (ФИО)
подпись

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
 «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
 Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
 Факультет информационных технологий и экономики

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

_____,
 (ФИО)

обучающегося _ курса специальности 38.02.08 Торговое дело
 успешно прошел(а) производственную практику по профессиональному модулю 03
Организация и осуществление интернет-маркетинга
 в объеме _____ часов с «__» _____ 20____ г. по «__» _____ 20____ г.
 в _____
 (наименование базы практики)

В ходе практики обучающийся освоил общие компетенции:

Наименование ОК	Уровень усвоения компетенций
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
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.	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий

В ходе практики обучающийся освоил профессиональные компетенции:

Наименование ПК	Уровень усвоения компетенций
ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий
ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	☐ низкий ☐ средний ☐ высокий

Руководитель практики от организации

подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

МП

Руководитель практики от ТГУ им. Г.Р. Державина
(должность, место работы)

подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Факультет информационных технологий и экономики

ХАРАКТЕРИСТИКА

по освоению общих и профессиональных компетенций

1. ФИО обучающегося:	
2. Курс, группа:	
3. Шифр и название специальности/ квалификации в соответствии с ФГОС СПО:	38.02.08 Торговое дело, квалификация «Специалист торгового дела»
4. Место проведения практики (полное наименование организации, юридический и фактический адрес):	
5. Время проведения практики:	
6. Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики:	
7. Качество выполнения работ в соответствии с требованиями организации, в которой проходила практика:	
8. Общая оценка освоенных обучающимся во время практики общих и профессиональных компетенций, показателей освоения:	

За время прохождения практики обучающийся зарекомендовал себя (следует отразить деловые качества практиканта и уровень его подготовки).

Программа практики выполнена полностью (если выполнена в неполном объеме, то необходимо указать причины невыполнения).

Рекомендую оценить практику обучающегося _____
(ФИО)

Руководитель практики от организации

подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

М.П.

Руководитель практики от ТГУ им. Г.Р. Державина
(должность, место работы)

подпись /расшифровка подписи

«__» _____ 20__ г.

ОТЧЕТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

обучающегося ____ курса ____ группы _____
(ФИО полностью)

С «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. я находился на
производственной

практике в _____.
(наименование организации-базы практики)

За этот период... (приводится краткая характеристика выполненной работы).

Программа практики выполнена полностью (если выполнена в неполном объеме, то
необходимо указать причины невыполнения).

«__» _____ 20__ г. _____
(подпись обучающегося)

Отчет практики утверждаю

Руководитель практики от организации
_____/ ФИО
подпись

МП

Тамбов 202__

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

И.О. Фамилия руководителя практики от
профильной организации

И.О. Фамилия руководителя практики от
Университета

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН)
проведения производственной практики
(вид практики)

по профессиональному модулю 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

Обучающегося _ курса обучения _____

производственной группы № _____

Специальность 38.02.08 Торговое дело

(код и наименование)

Этап	Содержание этапа практики	Даты прохождения этапа практики	Формы текущего контроля
1	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Инструктаж по правилам оказания первой медицинской помощи.		Опрос
2	Основной этап. Работа с нормативно-правовыми актами, рекомендациями, материалами, интернет-ресурсами. Выполнение, индивидуального задания на практику. Обработка, систематизация и анализ фактического и теоретического материала. Сбор информации и материалов для написания отчета по практике		Опрос
3	Итоговый этап. Подготовка документации и отчета по практике.		Защита отчета

Сроки прохождения практики: _____

Место прохождения практики: _____

(указывается наименование организации, а также фактический адрес)

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и управления (протокол от «__»
20__ г. № _____)

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Кафедра экономики и управления

Специальность 38.02.08 Торговое дело, квалификация «Специалист торгового дела»

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ

на производственную практику

по профессиональному модулю 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга

для _____
(ФИО обучающегося полностью)

Обучающегося _ курса, производственная группа № _____

Место прохождения практики:

_____,
адрес организации:

Срок прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Цель прохождения практики: формирование, закрепление и развитие практических навыков и компетенции в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Содержание практики, вопросы, подлежащие изучению: *

- ознакомиться с правилами внутреннего распорядка учреждения и техникой безопасности на рабочем месте;
- изучить и дать краткую характеристику организации;
- проведение технического анализа аудируемого веб-сайта;
- проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;
- анализ поисковой выдачи;
- анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.
-

Планируемые результаты практики: *

- закрепление знаний, полученных в ходе обучения;
- формирование навыков анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «интернет»;
- способность определять готовность веб-сайта к продвижению;
- формирование умений и навыков разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети;
- способность проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- способность проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Рассмотрено на заседании кафедры экономики и управления (протокол от « »_ 20__ г. № ____)

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

*И.О. Фамилия руководителя практики от
профильной организации*

« ____ » _____ 20__ г.

*И.О. Фамилия руководителя практики от
Университета*

« ____ » _____ 20__ г.

Задание принято к исполнению: _____ « ____ » _____ 20__ г.
(подпись обучающегося)

*Индивидуальное задание заполняется студентом-практикантом совместно с научным руководителем в зависимости от места прохождения практики, содержания практики и вопросов, подлежащих изучению на практике.