

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Солоненко Анна Александровна
Должность: Директор
Дата подписания: 14.05.2025 17:49:02
Уникальный программный ключ:
d9ba9a2cd160ab04271b457ca037f8b3050e51



Федеральное агентство по рыболовству
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Астраханский государственный технический университет»
Система менеджмента качества в области образования, воспитания, науки и инноваций сертифицирована
ООО «ДКС РУС» по международному стандарту ISO 9001:2015

ОТДЕЛЕНИЕ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

практики

Производственная практика

специальность


38.02.08 Торговое дело

п. Рыбное, Дмитровский г.о, Московская обл. - 2025 г.

Рабочая программа производственной практики разработана в соответствии с потребностями регионального рынка труда, работодателей и спецификой деятельности ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ».

Организация-разработчик: Дмитровский рыбохозяйственный технологический институт (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Астраханский государственный технический университет» (ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ»).

Разработчик:

Преподаватель высшей квалификационной категории  О.Н. Бортникова

Эксперт от работодателя:

Администратор магазина «Красное и Белое»  С.М. Свиридова

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании цикловой комиссии общепрофессиональных экономических и товароведных дисциплин и профессиональных модулей, протокол № 3 от «15» марта 2025 г.

Председатель цикловой комиссии  О.Н.Бортникова

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1 Цель и место практики в структуре образовательной программы

Основной целью производственной практики является закрепление теоретических знаний, практических умений и освоение навыков, полученных обучающимися при изучении междисциплинарных курсов соответствующих профессиональных модулей.

Производственная практика предусмотрена учебным планом специальности СПО 38.02.08 Торговое дело и реализуется в рамках профессиональных модулей ПМ.01 и ПМ.03 образовательной программы по основным видам деятельности:

ВД 1 Организация и осуществление торговой деятельности.

ВД 3 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Производственная практика является обязательной частью профессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности.

1.2. Планируемые результаты освоения практики

Результаты освоения производственной практики соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (приложение 1 ОП).

В ходе прохождения производственной практики обучающийся должен иметь следующие результаты подготовки:

ВД 1 Организация и осуществление торговой деятельности.

Компетенция	Уметь	Знать	Владеть навыками
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.	- собирать и систематизировать информацию о потребностях рынка - анализировать полученные данные с использованием статистических и аналитических методов, выявляя ключевые тренды и предпочтения потребителей в разных сегментах рынка. - применять программное обеспечение для обработки и анализа данных, включая маркетинговые и аналитические инструменты - разрабатывать маркетинговые стратегии, основанные на собранной	- теоретические основы сбора и анализа рыночной информации, включая методы проведения маркетинговых исследований, сегментацию рынка и оценку потребностей потребителей. - цифровые и информационные технологии для сбора и анализа рыночных данных - методы и техники анализа потребительского поведения, такие как количественные и качественные исследования, прогнозирование спроса и трендов на рынке товаров и услуг. - нормативные акты и этические стандарты, регулирующие сбор и	- использования цифровых инструментов и технологий для поиска, сбора и анализа данных о потребностях рынка, включая работу с большими объемами информации и использованием аналитических платформ. - оценки и интерпретации данных для принятия обоснованных решений в области организации торговой деятельности, включая корректировку товарных предложений в соответствии с меняющимися предпочтениями потребителей.

	<p>информации, направленные на удовлетворение потребностей целевой аудитории и достижение конкурентных преимуществ на рынке.</p>	<p>обработку информации о потребностях субъектов рынка, включая вопросы конфиденциальности и защиты данных.</p>	<p>- применения методов маркетинговых исследований для проведения анализа потребностей на целевых рынках и корректировки стратегий продаж и продвижения товаров и услуг. - коммуникации и представления результатов анализа в виде отчетов и презентаций для принятия стратегических решений руководством или для дальнейшего планирования торговых операций.</p>
<p>ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.</p>	<p>- устанавливать и поддерживать хозяйственные связи с различными поставщиками и потребителями товаров и услуг, эффективно организуя коммуникацию и ведя переговоры, а также заключая договора, отвечающие интересам обеих сторон. - использовать коммуникативные возможности искусственного интеллекта для взаимодействия с клиентами и партнерами, - применять ИИ для оптимизации торговых процессов - проводить переговоры с поставщиками и потребителями с</p>	<p>- теоретические основы установления и поддержания хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг - технологии и методы общения с поставщиками и потребителями, включая традиционные и современные инструменты для переговоров, ведения переговоров, заключения контрактов, а также особенности применения искусственного интеллекта для улучшения коммуникаций. - особенности применения искусственного интеллекта (ИИ) в сфере торговли - этические и правовые</p>	<p>- использования инструментов искусственного интеллекта для улучшения коммуникации с партнерами и клиентами - ведением переговоров и установлением долгосрочных партнерских отношений с поставщиками и потребителями - автоматизации бизнес-процессов с помощью ИИ - мониторинга и анализа эффективности взаимодействий с поставщиками и потребителями с использованием аналитических платформ и ИИ-инструментов для принятия решений на</p>

	учетом особенностей использования современных технологий	аспекты в установлении хозяйственных связей.	основе больших данных.
<p>ПК. 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.</p>	<p>- подготавливать и оформлять закупочную документацию в соответствии с требованиями законодательства и корпоративных стандартов. - использовать электронные платформы для подготовки, оформления и обмена закупочной документацией, а также взаимодействовать с поставщиками и внутренними подразделениями через системы электронного документооборота. - проводить проверку закупочной документации, анализируя правильность оформления, соответствие нормативным требованиям, и проверку данных о поставщиках, условиях поставок и оплаты. - применять сквозные цифровые технологии для автоматизации и оптимизации процесса закупок, что позволяет повысить эффективность, прозрачность и своевременность выполнения закупочных процедур.</p>	<p>- теоретические основы закупочной деятельности - основы электронного документооборота, его роль и значимость в процессах закупок - принципы работы с цифровыми технологиями для автоматизации закупочного процесса - методики проверки закупочной документации для обеспечения соответствия требованиям и стандартам.</p>	<p>- работы с электронным документооборотом и инструментами для подготовки и оформления закупочной документации в цифровом формате. - использования современных информационных технологий для автоматизации процессов подготовки и проверки закупочных документов. - проверки закупочной документации на соответствие нормативным и правовым требованиям. - оптимизации процесса закупок с применением сквозных цифровых технологий.</p>

<p>ПК. 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеэкономического контракта и его документальное сопровождение.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - готовить пакет документов для заключения внешнеэкономического контракта в соответствии с международными стандартами и требованиями законодательства. - проверять и анализировать условия внешнеэкономического контракта. - организовывать взаимодействие с контрагентами, таможенными и финансовыми структурами. - применять цифровые технологии и электронные платформы для подготовки, оформления и сопровождения внешнеэкономических контрактов. - контролировать исполнение контрактных обязательств, отслеживать сроки поставок, корректность расчетов и соответствие условий договора. 	<ul style="list-style-type: none"> - основы внешнеэкономической деятельности (ВЭД). - международные торговые правила и стандарты. - документооборот внешнеэкономических операций - способы международных расчетов и финансирования внешнеэкономических сделок - методы минимизации рисков в международной торговле. 	<ul style="list-style-type: none"> - составления и проверки внешнеэкономических контрактов с учетом международных норм и особенностей конкретных сделок. - работы с международными платежными инструментами и механизмами финансового обеспечения экспортно-импортных операций. - использования цифровых платформ и электронного документооборота для подготовки и сопровождения внешнеэкономических контрактов. - оценки рисков и разработки механизмов их минимизации в рамках внешнеэкономической деятельности. - ведения переговоров и деловой переписки с международными партнерами на государственном и иностранном языках.
<p>ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеэкономическому контракту.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - контролировать выполнение контрактных условий по объемам, срокам и качеству поставляемых товаров или услуг. - анализировать финансовые и логистические показатели исполнения 	<ul style="list-style-type: none"> - правовые и нормативные основы внешнеэкономической деятельности, включая международные договоры, таможенное законодательство, налоговое регулирование ВЭД. - основные положения внешнеэкономического контракта. 	<ul style="list-style-type: none"> - контроля за исполнением контрактов на всех этапах внешнеэкономической сделки. - работы с международными платежными инструментами для контроля соблюдения финансовых условий

	<p>контракта, выявлять отклонения и принимать меры по их устранению.</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать цифровые инструменты мониторинга исполнения внешнеторговых контрактов. - взаимодействовать с таможенными, налоговыми и финансовыми органами для обеспечения корректного оформления и исполнения контрактных обязательств. - организовывать претензионную работу в случае нарушения условий контракта. 	<ul style="list-style-type: none"> - документооборот и отчетность при исполнении внешнеторговых контрактов - методы оценки и контроля исполнения обязательств - способы разрешения споров и претензионная работа, включая механизмы досудебного урегулирования и международный арбитраж. 	<p>сделки.</p> <ul style="list-style-type: none"> - применения аналитических и цифровых инструментов для оценки эффективности и своевременности выполнения обязательств. - ведения переговоров и урегулирования разногласий с зарубежными партнерами на государственном и иностранном языках. - разработки корректирующих действий при выявлении нарушений контрактных обязательств и минимизации рисков.
<p>ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - организовывать торгово-технологические процессы с учетом требований эффективности, ресурсосбережения и цифровизации. - применять цифровые технологии для автоматизации процессов закупок, складской логистики, продаж и аналитики данных. - контролировать соблюдение технологических стандартов при проведении торговых операций, обеспечивать своевременное выполнение бизнес-процессов. 	<ul style="list-style-type: none"> - основные принципы и технологии организации торговых процессов, включая процессы закупки, хранения, логистики, продаж и послепродажного обслуживания. - современные цифровые технологии в торговле, включая системы управления торговыми процессами, технологии электронной коммерции и автоматизации бизнес-процессов. - методы анализа эффективности торгово-технологических процессов - нормативно-правовое 	<ul style="list-style-type: none"> - работы с цифровыми инструментами для автоматизации торговых процессов. - оптимизации торгово-технологических процессов на основе анализа данных и современных методов управления. - использования аналитических и прогнозных инструментов для повышения эффективности торговли и удовлетворения потребностей клиентов. - внедрения инновационных решений в торговую деятельность

	<p>- анализировать ключевые показатели эффективности торговой деятельности и разрабатывать мероприятия по их улучшению.</p> <p>- взаимодействовать с поставщиками, клиентами и логистическими операторами, используя цифровые платформы и автоматизированные системы документооборота.</p>	<p>регулирование торговой деятельности, включая требования к организации торговых процессов и цифровой отчетности.</p>	<p>- работы с современными методами логистики и товаручета</p>
--	--	--	--

ВД 3 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Компетенция	Уметь	Знать	Владеть навыками
<p>ПК 3.1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.</p>	<p>- применять цифровые инструменты для сбора и анализа информации о потенциальных и текущих клиентах.</p> <p>- организовывать процесс актуализации клиентской базы на основе анализа потребностей и предпочтений клиентов.</p> <p>- сегментировать рынок и разрабатывать стратегии для персонализированных продаж.</p> <p>- управлять данными клиентов с использованием современных программных средств и технологий.</p>	<p>- методы формирования и актуализации клиентской базы с применением цифровых и информационных технологий.</p> <p>- инструменты и технологии для сбора, анализа и хранения данных о клиентах</p> <p>- стратегии сегментации рынка и анализа потребностей клиентов.</p> <p>- нормативные и этические стандарты работы с персональными данными клиентов.</p>	<p>- работать с CRM-системами и цифровыми платформами для управления клиентской базой.</p> <p>- поддерживать актуальность клиентской базы и эффективно ее обновлять.</p> <p>- анализировать и использовать информацию о потребностях клиентов для повышения эффективности продаж.</p> <p>- применять информационные технологии для оптимизации работы с клиентами и улучшения качества обслуживания.</p>

<p>ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ потребностей клиентов и предлагать соответствующие товары и услуги. - вести переговоры с клиентами, грамотно аргументировать преимущества товаров и условий сделки. - оформлять и согласовывать условия предварительных договоренностей. - применять эффективные методы коммуникации для установления долгосрочных и взаимовыгодных отношений с клиентами. 	<ul style="list-style-type: none"> - методы ведения преддоговорной работы, включая выявление потребностей клиентов и предложений по товарам. - принципы построения эффективного взаимодействия с клиентами на всех этапах сделки. - стандарты и нормативные требования, регулирующие отношения в сфере торговли. - техники продаж и подходы к установлению доверительных отношений с клиентами. 	<ul style="list-style-type: none"> - владение инструментами для эффективного общения с клиентами, включая цифровые и оффлайн каналы коммуникации. - навыки переговорного процесса, включая умение выслушивать, понимать и находить компромиссные решения. - способность к профессиональному консультированию и презентации товаров в процессе преддоговорной работы. - навыки оформления и обработки документов, связанных с продажей товаров и заключением договоров.
<p>ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - использовать специализированные программные продукты для управления взаимоотношениями с клиентами и оптимизации процесса продажи товаров. - проводить анализ потребностей клиентов с использованием программных средств для выбора наилучших предложений. - осуществлять обработку запросов 	<ul style="list-style-type: none"> - основные принципы эффективного взаимодействия с клиентами в процессе продажи товаров. - специализированные программные продукты, используемые для управления процессом продаж и общения с клиентами - стандарты и методики обслуживания клиентов, направленные на удовлетворение их потребностей и повышение 	<ul style="list-style-type: none"> - владение навыками работы с специализированными программами для управления процессами продаж и взаимодействия с клиентами. - эффективное использование цифровых каналов коммуникации для взаимодействия с клиентами - навыки ведения переговоров и консультирования клиентов с использованием программных

	<p>клиентов, их консультацию и сопровождение на всех этапах сделки с использованием современных технологий.</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформлять и отслеживать продажи через специализированные системы, обеспечивая удобство и эффективность взаимодействия с клиентом. 	<p>лояльности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы цифровизации процессов продажи и управления клиентскими данными. 	<p>продуктов, улучшая качество обслуживания и удовлетворенность клиентов.</p> <ul style="list-style-type: none"> - способность к организации и координации продаж с использованием технологий для повышения скорости, точности и качества обслуживания.
<p>ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и внедрять мероприятия, направленные на выполнение плана продаж. - организовывать и контролировать выполнение задач по продажам на уровне отдела или команды. - анализировать результаты продаж, выявлять отклонения от плана и разрабатывать корректирующие мероприятия. - мотивировать и координировать действия сотрудников для повышения эффективности продаж и выполнения поставленных целей. 	<ul style="list-style-type: none"> - методы планирования и прогнозирования продаж, стратегии и инструменты для достижения установленных целей. - основные принципы мотивации персонала и организации работы с командой для выполнения плана продаж. - способы контроля и мониторинга исполнения плана продаж - стратегии и технологии продаж, в том числе с учетом сезонности и тенденций рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками организации работы с командой, включая постановку целей, распределение задач и контроль за их выполнением. - способностью оперативно реагировать на изменения в рыночной ситуации и корректировать план продаж. - навыками проведения анализа данных о продажах для выявления проблемных зон и принятия решений по улучшению показателей. - использование современных технологий и инструментов для автоматизации процессов планирования и контроля выполнения плана продаж.
<p>ПК 3.5. Обеспечивать реализацию</p>	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и внедрять 	<ul style="list-style-type: none"> - теории и методы стимулирования 	<ul style="list-style-type: none"> - планирования и реализации

<p>мероприятий по стимулированию покупательского спроса.</p>	<p>мероприятия, направленные на стимулирование покупательского спроса</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать маркетинговые инструменты для повышения интереса и вовлеченности клиентов. - осуществлять контроль за эффективностью мероприятий по стимулированию спроса, анализировать результаты и вносить корректировки. - организовывать и проводить рекламные кампании и мероприятия, способствующие увеличению покупательской активности. 	<p>покупательского спроса</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы маркетинговых коммуникаций, рекламных акций и промо-мероприятий. - принципы сегментации рынка и целевых групп потребителей для создания эффективных предложений. - анализ рыночных тенденций и поведения потребителей для разработки оптимальных стратегий стимулирования спроса. 	<p>маркетинговых акций, направленных на стимулирование спроса.</p> <ul style="list-style-type: none"> - умения использовать различные каналы для продвижения товаров и услуг - анализировать результаты маркетинговых мероприятий и принимать решения по оптимизации стратегии стимулирования спроса. - работы с рекламными материалами, проведения промо-акций и участия в выставках и презентациях.
<p>ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - применять программные продукты для мониторинга и контроля состояния товарных запасов. - проводить анализ товарных запасов, выявлять избыточные и дефицитные позиции. - осуществлять регулярную сверку данных о товарных запасах и выявлять несоответствия. - организовывать процессы пополнения товарных запасов и обеспечения их оптимального 	<ul style="list-style-type: none"> - основные принципы и методы учета и контроля товарных запасов. - нормативные и законодательные требования к организации товарных запасов. - специализированные программные продукты для учета товарных запасов - методы прогнозирования потребности в товарных запасах, включая сезонные колебания и рыночные тенденции. 	<ul style="list-style-type: none"> - работы с программными системами для учета и контроля товарных запасов. - умения эффективно использовать цифровые инструменты для прогнозирования и планирования товарных запасов. - оперативно решать проблемы, связанные с недостаточными или избыточными запасами, с помощью программных решений. - контроля за

	уровня.		процессом перемещения и хранения товаров, а также их учета в реальном времени.
ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать стратегии продаж инфокоммуникационных систем и их составляющих через новые каналы сбыта. - применять цифровые и информационные технологии для продвижения и продажи инфокоммуникационных продуктов. - оценивать и анализировать эффективность продаж через различные каналы сбыта, корректировать стратегии и методы в зависимости от полученных результатов. - использовать новые технологии для построения эффективной коммуникации с клиентами и увеличения продаж. 	<ul style="list-style-type: none"> - принципы работы инфокоммуникационных систем, их составляющие и особенности продаж в разных каналах сбыта. - современные каналы сбыта инфокоммуникационных систем. - основы цифровых технологий, используемых для реализации и продвижения инфокоммуникационных продуктов и услуг. - маркетинговые стратегии и методы продвижения товаров в новых каналах сбыта. - нормативные и правовые требования, касающиеся продажи инфокоммуникационных систем и их компонентов. 	<ul style="list-style-type: none"> - работы с цифровыми инструментами и платформами для продажи инфокоммуникационных систем. - применять маркетинговые и рекламные техники для привлечения клиентов через новые каналы сбыта. - адаптировать и внедрять инновационные подходы для организации продаж в новых цифровых каналах. - взаимодействия с клиентами через цифровые каналы.
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать и внедрять процессы послепродажного сопровождения клиентов с использованием цифровых инструментов - осуществлять консультации клиентов по вопросам эксплуатации товаров, решать возникающие 	<ul style="list-style-type: none"> - принципы и методы послепродажного обслуживания и консультационного сопровождения клиентов. - способы использования цифровых и информационных технологий для взаимодействия с клиентами после продажи. - этапы 	<ul style="list-style-type: none"> - работы с информационными системами и цифровыми платформами для организации послепродажного обслуживания. - быстро и качественно решать вопросы клиентов. - оперативно обрабатывать запросы и проблемы клиентов

	<p>проблемы и удовлетворять запросы клиентов.</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать обратную связь от клиентов для улучшения качества обслуживания и повышения удовлетворенности. - применять цифровые каналы для предоставления клиентам актуальной информации о товаре, услуге или технической поддержке. 	<p>послепродажной поддержки</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативные требования и стандарты качества обслуживания клиентов в послепродажный период. 	<p>с использованием цифровых и мобильных технологий.</p> <ul style="list-style-type: none"> - ведения отчетности по послепродажному обслуживанию и предоставлению информации о товарах и услугах.
--	--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Объем производственной практики

Для очной формы обучения

Наименование практики	Объем в часах
ПП.01.01 Производственная практика по организации и осуществлению торговой деятельности	144
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой	
ПП.03.01 Производственная практика по осуществлению продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами	144
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой	

Для заочной формы обучения

Наименование практики	Объем в часах
ПП.01.01 Производственная практика по организации и осуществлению торговой деятельности	144
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой	
ПП.03.01 Производственная практика по осуществлению продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами	144
Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой	

2.2. Тематическое планирование и содержание Производственной практики

Для очной формы обучения

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов работ	Наименование учебных дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов
Организация и осуществление торговой деятельности	Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.	Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о тенденциях конъюнктуры товарного рынка и соотношении спроса и предложения, использование информации в практической деятельности для анализа и оценки конъюнктуры товарного рынка. Методы изучения и прогнозирования спроса. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, отраслевые особенности. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочно-сбытовой деятельности: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков. Виды договоров, применяемых в торговой деятельности. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров. Организация претензионной работы. Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms- 2022 Документооборот	МДК 01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности	28
	Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта.		28	
	Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.		28	

		<p>внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура.</p> <p>Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.</p>		
	Приемка товаров по количеству и качеству	<p>Специфические функции и роль торговли как вида экономической деятельности в системе общественного воспроизводства. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности. Технологии в торговле, торгово-технологические процессы и операции. Виды оптовых торговых структур, их назначение и функции. Инфраструктура оптовой торговли: товарные биржи, торговые дома, аукционы, оптовые рынки, ярмарки и выставки. Значение дистрибуции в распределении товаров. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные.</p> <p>Складское хозяйство: классификация складов, требования. Специфика использования складских площадей: требования к планировке, характеристика основных складских зон, проектирование складского помещения. Технологии складских операций и организация товародвижения в торговле с применением цифровых инструментов модуля «1С:WMSЛогистика. Управление складом». Эффективное планирование складского пространства и требования к оснащению его специализированным оборудованием и мебелью. Документальное оформление и учет поступления товаров в оптовой торговле</p> <p>. Розничная торговля: понятие, цели, задачи, виды. Классификация торговых организаций. Основные виды</p>	МДК 01.02 Организация торговли	32
	Изучение инструкций по охране труда.			28

		<p>и типы предприятий торговли в соответствии со специализацией. Изучение основных положений ГОСТа «Торговля, термины, определения». Принципы функционирования розничных торговых сетей и их роль в удовлетворении спроса покупателей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах и регионах. Современные форматы торговых предприятий</p> <p>Ресурсный потенциал предприятий розничной торговли. Торгово-технологический процесс в организациях розничной торговли: сущность, структура, этапы, содержание операций, их специфика в магазинах разных типов. Классификация услуг розничной торговли: основные и дополнительные услуги. Приемка товаров по количеству и качеству в розничном торговом предприятии. Подготовка товаров к продаже. Организация продажи товаров: формы и методы продажи товаров. Правила торговли</p> <p>Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной торговле и на маркетплейсах</p>		
	Всего:			144
<p>Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</p>	<p>Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы.</p>	<p>. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.</p> <p>Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности.</p> <p>Методы удержания клиентов.</p> <p>Пути формирования клиентской базы</p>	<p>МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</p>	12
	<p>Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности</p>			12

<p>клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия.</p>	<p>Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).</p>		
<p>Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности</p>	<p>Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»</p>		12
<p>Проведение первичного мерчандайзинг-аудита розничных торговых объектов</p>	<p>Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.</p>		12
<p>Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.</p>	<p>Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.</p>		12
<p>Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции</p>	<p>Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине Мерчандайзинг. понятие, правила и программы</p>		12
<p>Мониторинг и контроль выполнения условий</p>	<p>Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции</p>		12

	договоров с использованием специальных программных продуктов.	представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.		
	Урегулирование спорных вопросов, претензий.	Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.		12
	Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.	Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах		12
	Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.	Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров Позиционирование продукции организации на рынке		12
	Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов	Методы сегментирования рынка. Портрет клиента. Методы стимулирования продаж. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах		12
	Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания			12
			Всего	144

Для заочной формы обучения

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов работ	Наименование учебных дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов
Организация и осуществление торговой деятельности	Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.	Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о тенденциях конъюнктуры товарного рынка и соотношении спроса и предложения, использование информации в практической деятельности для анализа и оценки конъюнктуры товарного рынка. Методы изучения и прогнозирования спроса. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, отраслевые особенности. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочно-сбытовой деятельности: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков. Виды договоров, применяемых в торговой деятельности. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров. Организация претензионной работы. Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms- 2022 Документооборот внешнеторговых сделок: товароспроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-	МДК 01.01 Организация торговой деятельности	28
	Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта.			28
	Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.			28

		<p>фактура.</p> <p>Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.</p>		
	Приемка товаров по количеству и качеству	<p>Специфические функции и роль торговли как вида экономической деятельности в системе общественного воспроизводства. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности. Технологии в торговле, торгово-технологические процессы и операции. Виды оптовых торговых структур, их назначение и функции. Инфраструктура оптовой торговли: товарные биржи, торговые дома, аукционы, оптовые рынки, ярмарки и выставки. Значение дистрибуции в распределении товаров. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные.</p> <p>Складское хозяйство: классификация складов, требования. Специфика использования складских площадей: требования к планировке, характеристика основных складских зон, проектирование складского помещения. Технологии складских операций и организация товародвижения в торговле с применением цифровых инструментов модуля «1С:WMSЛогистика. Управление складом». Эффективное планирование складского пространства и требования к оснащению его специализированным оборудованием и мебелью.</p> <p>Документальное оформление и учет поступления товаров в оптовой торговле</p> <p>. Розничная торговля: понятие, цели, задачи, виды. Классификация торговых организаций. Основные виды и типы предприятий торговли в соответствии со специализацией. Изучение основных положений</p>	МДК 01.02 Организация торговли	32
	Изучение инструкций по охране труда.			28

		<p>ГОСТа «Торговля, термины, определения». Принципы функционирования розничных торговых сетей и их роль в удовлетворении спроса покупателей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах и регионах. Современные форматы торговых предприятий</p> <p>Ресурсный потенциал предприятий розничной торговли. Торгово-технологический процесс в организациях розничной торговли: сущность, структура, этапы, содержание операций, их специфика в магазинах разных типов. Классификация услуг розничной торговли: основные и дополнительные услуги. Приемка товаров по количеству и качеству в розничном торговом предприятии. Подготовка товаров к продаже. Организация продажи товаров: формы и методы продажи товаров. Правила торговли</p> <p>Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной торговле и на маркетплейсах</p>		
	Всего:			144
<p>Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</p>	<p>Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы.</p>	<p>. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.</p> <p>Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.</p> <p>Пути формирования клиентской базы</p> <p>Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с</p>	<p>МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</p>	12
	<p>Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг</p>			12

розничного торгового предприятия.	клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRМ).	
Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»	12
Проведение первичного мерчандайзинг-аудита розничных торговых объектов	Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.	12
Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.	Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине	12
Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции	Мерчандайзинг. понятие, правила и программы	12
Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием	Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров.	12

	специальных программных продуктов.	<p>Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.</p> <p>Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.</p> <p>Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах</p> <p>Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок</p> <p>Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров</p> <p>Позиционирование продукции организации на рынке</p> <p>Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.</p> <p>Методы стимулирования продаж.</p> <p>Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота.</p> <p>Формирование отчетов о продажах</p>		
	Урегулирование спорных вопросов, претензий.		12	
	Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.		12	
	Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.		12	
	Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов		12	
	Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания		12	
		Всего		144

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы практики предполагает наличие:
кабинета «Самостоятельной и воспитательной работы» (Читальный зал/Библиотека), оснащенный в соответствии с приложением 3 ОП.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1 Основные печатные и электронные издания:

1. Изотова Г.С. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Изотова, С. Г. Еремин, А. И. Галкин. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15057-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495531>

2. Кнутов А. В. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Кнутов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 316 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11348-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495532>

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

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>

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

3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

3.2.2 Дополнительные источники

1. 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>

2. Федеральный Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей».

3. Федеральный Российской Федерации от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».

4. Федеральный Закон Российской Федерации от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».

5. Федеральный закон № 41-ФЗ от 26.03.1998 «О драгоценных металлах и драгоценных камнях».

6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки».

7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».

8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».

9. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности».

10. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».

11. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции».

12. Приказ Министерства промышленности и торговли от 1 марта 2013 года № 252 «Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания».

13. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://www.gost.ru>

14. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. <http://www.interstandart.ru>

15. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество». www.stq.ru

16. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «www.spros.ru

3.2.3 Официальные, справочно-библиографические и периодические издания:

а) официальные издания:

1. Конституция Российской Федерации. Последняя действующая редакция с Комментариями [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://constrf.ru/>

2. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/document/>

3. Национальный проект «Образование». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <https://strategy24.ru/rf/>

4. Всемирная декларация об обеспечении выживания, защиты и развития детей (1990). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/decl_child90.shtml

б) справочно-библиографические издания:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ;

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ;

ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля.

Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст)

в) периодические издания:

1. Экономическая среда: журнал / изд. Орловский государственный институт экономики и торговли; гл. ред. А.Л.Лазаренко – Орел, 2023. - № 1 – 62 с. То же [Электронный ресурс]. - <https://e.lanbook.com/journal/issue/306678>

2. Экономическая среда: журнал / изд. Орловский государственный институт экономики и торговли; гл. ред. А.Л.Лазаренко – Орел, 2023. - № 2 – 120 с. То же [Электронный ресурс]. – <https://e.lanbook.com/journal/issue/308118>

3. Экономическая среда: журнал / изд. Орловский государственный институт экономики и торговли; гл. ред. А.Л.Лазаренко – Орел, 2023. - № 3 – 101 с. То же [Электронный ресурс]. – <https://e.lanbook.com/journal/issue/308863>

4. Экономическая среда: журнал / изд. Орловский государственный институт экономики и торговли; гл. ред. А.Л.Лазаренко – Орел, 2023. - № 4 – 123 с. То же [Электронный ресурс]. - <https://e.lanbook.com/journal/issue/309688>

3.2.4 Методические указания для обучающихся по освоению практики:

1. Методические указания по выполнению производственной практики для студентов среднего профессионального образования специальности 38.02.08 Торговое дело [Электронный ресурс] / О.Н. Бортникова. – Рыбное, 2024. - Режим доступа: <https://www.портал.дрти.рф>

3.2.5 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. www.nalog.gov.ru – Официальный сайт Федеральной налоговой службы;
2. www.rosstat.gov.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики;
3. www.consultant.ru – Информационно правовой портал Справочно-правовой системы Консультант плюс;
4. www.garant.ru – Информационно правовой портал Справочно-правовой системы Гарант.

3.2.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения и информационных справочных систем

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в приложении 3 ОП.

3.2.7 Требования к документации, необходимой для проведения производственных практик:

- Приказ о производственной практике;
- Отчет по практике;
- Задание на практику;
- Аттестационный лист по практике;
- Дневник практики.
- Характеристика

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты обучения (освоенные общие и профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ВД: 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.	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	<p>Экспертная оценка результатов самостоятельной подготовки студентов.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в форме проведения производственной практики</p> <p>Написание отчета по производственной практике</p> <p style="text-align: center;"><i>Форма аттестации – зачет с оценкой</i></p>
ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	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.	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.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	
ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	
ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	
ВД: Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами		
ПК 3.1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с	Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с	Экспертная оценка результатов самостоятельной подготовки студентов.

потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	использованием цифровых и информационных технологий.	<p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в форме проведения производственной практики</p> <p>Написание отчета по производственной практике</p> <p><i>Форма аттестации</i> – зачет с оценкой</p>
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.	Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.	
ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.	Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.	
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.	Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.	
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.	Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.	
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов.	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов.	
ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	

5. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

5.1. Наличие соответствующих условий реализации практики

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья на основании письменного заявления практика реализуется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее - индивидуальных особенностей). Обеспечивается соблюдение следующих общих требований: использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего такому обучающемуся необходимую техническую помощь, обеспечение доступа в здания и помещения, где проходит учебный процесс, другие условия, без которых невозможно или затруднено обучение по профессиональному модулю.

5.2. Обеспечение соблюдения общих требований

При реализации практики на основании письменного заявления обучающегося обеспечивается соблюдение следующих общих требований: проведение занятий для студентов-инвалидов и из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся; присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего(их) обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей на основании письменного заявления; пользование необходимыми обучающимся техническими средствами с учетом их индивидуальных особенностей.

5.3. Доведение информации до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме

Все локальные нормативные акты ДРТИ ФГБОУ ВО «АГТУ» или головного вуза по вопросам реализации практики по данной программе доводятся до сведения обучающихся с ограниченными возможностями здоровья в доступной для них форме.

5.4. Реализация увеличения продолжительности прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности для обучающегося с ограниченными возможностями здоровья

Продолжительность прохождения промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности увеличивается по письменному заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья; продолжительность экзамена проводимого в письменной форме, увеличивается не менее чем на 0,5 часа; продолжительность подготовки обучающегося к ответу на экзамене, проводимых в устной форме, – не менее чем на 0,5 часа; продолжительность ответа обучающегося при устном ответе увеличивается не более чем на 0,5 часа.