

**Автономная некоммерческая организация
профессиональная образовательная организация
Самарский колледж цифровой экономики и предпринимательства «МИР»
(АНО ПОО Колледж «МИР»)**

СОГЛАСОВАНО

Начальник отдела внутренних коммуникаций
Волжский округ АО «Тандер»

_____ Л.Г. Гончарова

«17» июня 2024г.

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора
по учебно-методической работе

_____ Н.Е. Маслова

«17» июня 2024г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)
ПРАКТИКИ**

**Для специальности
среднего профессионального образования
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

Самара 2024

ОДОБРЕНА

на заседании ПЦК экономических и банковских дисциплин

Протокол № 11 от «07» июня 2024г.

Председатель ПЦК _____ Н.А. Депутатова

Рабочая программа разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта СПО по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. № 548

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая организация профессиональная образовательная организация Самарский колледж цифровой экономики и предпринимательства «МИР»

Составитель:

Н.А. Депутатова, председатель ПЦК, преподаватель Колледжа «МИР»

Рецензент:

Л.Г. Гончарова, Начальник отдела внутренних коммуникаций Волжский округ АО «Тандер»

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа производственной (по профилю специальности) практики (далее преддипломной практики) является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 «Торговое дело» в части освоения специалистом основных видов профессиональной деятельности. Преддипломная практика по специальности проводится на завершающем этапе подготовки после освоения программы теоретического и практического обучения и сдачи выпускниками всех видов промежуточной аттестации, предусмотренных государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по специальности «Торговое дело».

1.2. Цели и задачи преддипломной практики

Целями преддипломной практики являются:

1. Комплексное освоение студентами всех видов профессиональной деятельности по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело:
 - Организация и осуществление торговой деятельности
 - Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
 - Организация и осуществление интернет-маркетинга
2. Формирование общих и профессиональных компетенций.
3. Приобретение необходимого опыта практической работы по специальности.

Задачами преддипломной практики является:

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при изучении общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей;
- приобретение практических навыков работы по специальности;
- углубленное изучение и анализ фундаментальной и периодической литературы по актуальным вопросам организации торговой деятельности;
- изучение соответствующих методических, инструктивных и нормативных материалов в профессиональной сфере;
- изучение компьютерных программ и информационных технологий, применяемых в профессиональной сфере;
- приобретение навыков в области организации и управления торгово-сбытовой деятельностью; организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли, организации и осуществления интернет-маркетинга;
- проверка возможностей самостоятельной работы будущего специалиста в условиях конкретной организации;
- изучение практических и теоретических вопросов, относящихся к теме дипломной работы;
- сбор, обобщение и анализ материалов для выполнения дипломной работы;
- подготовка отчета о преддипломной практике.

До начала преддипломной практики обучающимся выбирается тема дипломной работы, совместно с руководителем составляется предварительный план, определяется круг необходимых для анализа практических материалов по данной теме.

1.3 Требования к результатам освоения практики

Виды профессиональной деятельности	Требования к умениям (практическому опыту)
<p>ПМ.01. Организация и осуществление торговой деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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

	<p>внешнеторгового контракта (перечень разногласий);</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.
<p>ПМ.02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</p>	<ul style="list-style-type: none"> – выявления проблем и формулирования целей исследования; – планирования проведения маркетингового исследования; – определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; – подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; – поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; – подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; – проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; – разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; – применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; – применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных

	<p>интеллектуальных технологий;</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; – применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; – разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; – расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; – определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; – сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
<p>ПМ.03. Организация и осуществление интернет-маркетинга</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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.

1.4. Количество часов на преддипломную практику:

Всего 4 недели, 144 часа,

в том числе часов в форме практической подготовки – 144 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы преддипломной практики является:

- 1) углубление первоначального практического опыта обучающегося, готовность обучающегося к самостоятельной трудовой деятельности; сбор материала для выполнения дипломной работы;
- 2) развитие профессиональных компетенций:
 - ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
 - ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
 - ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
 - ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
 - ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
 - ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
 - ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
 - ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
 - ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
 - ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
 - ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
 - ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
 - ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
 - ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы
 - ПК 3.1. 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»
- 3) овладение обучающимися трудовыми функциями:
 - профессионального стандарта 08.026 Специалист в сфере закупок:
 - А/01.5 Предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги
 - А/02.5 Подготовка закупочной документации
 - А/03.5 Обработка результатов закупки и заключение контракта

- профессионального стандарта Код 08.040 Специалист по прогнозированию и экспертизе цен на товары, работы и услуги:

A/01.5 Сбор первичных ценовых показателей товаров, работ и услуг

A/02.5 Систематизация (объективных) ценовых показателей товаров, работ и услуг с использованием информационных интеллектуальных технологий

- профессионального стандарта Код 08.037 Бизнес-аналитик:

A/01.5 Выявление заинтересованных сторон

A/02.5 Взаимодействие с заинтересованными сторонами

V/01.5 Разработка требований к выбранному решению и управление ими

V/02.5 Подготовка к проведению изменений в организации

V/03.5 Мониторинг параметров проводимых в организации изменений

V/04.5 Завершение и оценка успешности проведенных в организации изменений

V/05.5 Мониторинг заинтересованных сторон

C/001.5 Сбор информации о бизнес-проблемах или бизнес-возможностях

C/002.5 Выявление истинных бизнес-проблем или бизнес-возможностей

- профессионального стандарта Код 08.043 Экономист предприятия:

A/01.6 Сбор, мониторинг и обработка данных для проведения расчетов экономических показателей организации

A/02.6 Расчет и анализ экономических показателей результатов деятельности организации

- профессионального стандарта 06.043 Специалист по Интернет-маркетингу:

A/01.4 Составление списка ключевых слов, отражающих специфику веб-сайта

A/02.4 Проведение работ по внутренней оптимизации веб-сайта согласно требованиям поисковых систем

A/03.4 Проведение работ по повышению популярности веб-сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

V/01.4 Составление контекстно-медийного плана продвижения

V/02.4 Размещение контекстно-медийных объявлений в системах интернет-рекламы

V/03.4 Управление стоимостью перехода пользователя с рекламной площадки контекстно-медийной системы на веб-сайт

C/01.4 Подбор площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" для продвижения веб-сайта

C/02.4 Управление коммуникациями в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

C/03.4 Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

D/01.5 Проведение аудита веб-сайта

D/02.5 Проведение аналитических работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

D/03.5 Разработка стратегии поискового продвижения

D/04.5 Организация коррекции ошибок в работе веб-сайта

D/05.5 Оптимизация внутренних характеристик веб-сайта, повышение его популярности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и анализ поведения посетителей веб-сайта

D/06.5 Составление отчетов по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

E/01.5 Проведение анализа готовности веб-сайта к продвижению, анализ веб-сайтов конкурентов

E/02.5 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной кампании

E/03.5 Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети

"Интернет"

Е/04.5 Составление отчетов по реализации контекстно-медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

F/01.5 Проведение аналитических работ по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

F/02.5 Разработка стратегии проведения медийной кампании и ее реализация

F/03.5 Составление заданий на разработку текстовых и графических материалов для медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

F/04.5 Составление отчетов по реализации медийной стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

G/01.5 Проведение аналитических работ по изучению конкурентов

G/02.5 Разработка стратегии продвижения в социальных медиа

G/03.5 Составление заданий по подготовке материалов для продвижения в социальных медиа

G/04.5 Привлечение пользователей в интернет-сообщество

G/05.5 Проведение рекламных кампаний в социальных медиа

G/06.5 Составление отчетов по реализации стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

4) развитие 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 06 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения

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

ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план преддипломной практики

№ п/п	Перечень и краткое описание выполненных работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью	Количество часов
1.	Прохождение инструктажа по охране труда, технике безопасности, пожарной безопасности, ознакомление с правилами внутреннего распорядка. Ознакомление с организационной структурой организации, кадровым составом, функционалом персонала	2 4
2.	Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность организации, изучение правил торговли, документооборота предприятия	6
3.	Изучение вопросов, связанных с организацией и осуществлением торговой деятельностью: Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.	24
4.	Изучение вопросов, связанных с организацией и осуществлением предпринимательской деятельности в сфере услуг: 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирование целей маркетингового исследования, составление программы маркетингового исследования, исходя из поставленных целей и задач. 2. Определение этапов проведения маркетинговых исследований на примере предприятия торговли. 3. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 4. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 5. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий 6. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового	44

	<p>предприятия на внутреннем и внешних рынках</p> <p>7. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</p> <p>8. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям</p> <p>9. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.</p> <p>10. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>11. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>12. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.</p> <p>13. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p> <p>14. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</p> <p>15. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы</p> <p>16. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана</p> <p>17. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.</p> <p>18. Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</p> <p>19. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов.</p> <p>20. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования .</p> <p>21. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.</p> <p>22. Расчеты цен и себестоимости.</p> <p>23. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении</p> <p>24. Составление плана переменных расходов</p> <p>25. Расчет точки безубыточности</p> <p>26. Составление бюджета доходов и расходов</p> <p>27. Составление бюджета движения денежных средств</p> <p>28. Составление прогнозного баланса</p> <p>29. Определение и обоснование источников финансирования</p> <p>30. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств</p> <p>31. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)</p> <p>32. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)</p> <p>33. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)</p> <p>34. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)</p> <p>35. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)</p> <p>36. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p>	
5.	<p>Изучение вопросов, связанных с организацией и осуществлением интернет-маркетинга:</p> <p>1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.</p> <p>2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</p> <p>3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</p> <p>4. Анализ поисковой выдачи.</p>	24

	<p>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</p> <p>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>7. Определение стратегии поискового продвижения.</p> <p>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</p> <p>9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p>10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p>11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>13. Разработка лендинга.</p> <p>14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</p> <p>15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</p>	
6.	<p>Проведение работ, связанных с выполнением дипломной работы.</p> <p>Сбор максимально возможной информации по теме дипломной работы.</p> <p>Анализ торговой деятельности в организации, анализ организации предпринимательской деятельности в сфере торговли, анализ организации и осуществления интернет-маркетинга.</p> <p>Разработка предложений по совершенствованию торговой деятельности организации.</p>	30
7.	Оформление отчета по практике	8
8.	Защита отчета по преддипломной практике	2
	Итого	144

4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики

- положение о практической подготовке обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования;
- рабочая программа преддипломной практики;
- методические рекомендации по организации и прохождению производственной (по профилю специальности) практики (преддипломной практики);
- график проведения практики;
- график консультаций;
- график защиты отчётов по практике.

4.2. Материально-техническое обеспечение практики

– Места проведения практики, предоставляемые на основе договоров (соглашений) с профильными организациями.

– Библиотека, читальный зал с выходом в сеть Интернет – помещение для самостоятельной работы.

4.3. Перечень учебных изданий, дополнительной литературы

Нормативно-правовые 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)

Основные источники:

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247086>– Режим доступа: по подписке.
2. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468>– Режим доступа: по подписке.
3. Жулидов С.И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. -

Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1820262>. – Режим доступа: по подписке.

4. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г. Иванов. – Москва: КНОРУС, 2022. -222 с.-(среднее профессиональное образование) ISBN 978-5-406-09325-2

5. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176> – Режим доступа: по подписке.

6. 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>

7. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).

8. 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, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

9. 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>

10. Кисова, А. Е. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие для СПО / А. Е. Кисова, К. В. Барсукова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-00175-120-5, 978-5-4488-1519-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121370.html>

11. 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>

12. 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>

13. 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>

14. 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>

15. Методы стимулирования продаж в торговле: учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталева, Т.В. Панкина. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. — 304 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0796-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077649>. - Режим доступа: по подписке.

16. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832175> - Режим доступа: по подписке.

17. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-118-2, 978-5-4488-1518-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121367.html>

18. Пахомова, Н. Г. Организация и технология розничной торговли : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 63 с. — ISBN 978-5-00175-117-5, 978-5-4488-1517-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121368.html>

19. Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1446152>– Режим доступа: по подписке.

20. Саталкина Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439>. – Режим доступа: по подписке.

21. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>

22. Чернухина Г.Н., Курганова Н. Ю. Основы товародвижения в торговле: учебник. Московский финансово-промышленный университет «Синергия». 170 с. (Среднее профессиональное образование). М. 2023_ ISBN: 978-5-4257-0559-4. DOI: 10.37791/978-5-4257-0559-4-2023-1-168 Текст: электронный. — URL https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=699002

23. Чернухина Г.Н., Курганова Н. Ю. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда: учебник для студентов среднего профессионального образования. Москва: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2020. _360 с. ISBN: 978-5-4257-0479-5 DOI: 10.37791/978-5- 4257-0479-5-2020-1-316

24. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359>– Режим доступа: по подписке.

Дополнительные источники:

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.

2. Безлапов В.В. Технологии управления внешнеторговой деятельностью региона: монография /В.В Безлапов, С.А.Лочан, Д.В.Федюнин, А.Д.Петросян, руков. авт.колл. В.В. Безлапов.- Москва: РУСАЙИС, 2022-586 с.

3. Волгина Н.А. Международная торговля: учебник/Н.А Волгина.- Москва: КНОРУС, 2022.- 274с-

4. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.

5. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021

6. 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>

7. Лазарева Н.В. Актуальные проблемы учета внешнеэкономической деятельности: учебное пособие/ Н. В. Лазарева. – Москва: РУСАЙНС, 2023. -122 с. ISBN978-5-4365-9920-5

8. Современное торговое дело: учебное пособие/ кол. авторов; под ред. Л.Б. Нюренбергер Н.А Лучиной.- Москва: РУСАЙИС, 2022 – 138с. ISBN 978-5-4365-8388

9. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А.Н. Стерлигова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 430 с. —ISBN 978-5-16-011223-7. DOI: 10.37791/978-5-4257-0559-4-2023-1-168 - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832388>– Режим доступа: по подписке.

10. Сулоева А.А. Управление закупками в процессе принятия управленческих решений: учебное пособие - Москва: РУСАЙИС, 2022-104 с. ISBN 978- 5- 4365-9728-7

11. Трофимовская А.В. Эффективность контрактной системы в сфере государственных и муниципальных закупок в современных социально-экономических условиях: учебное пособие / А.В. Трофимовская, С.А. Сергеева, И.П. Гладилина – Москва: РУСАЙИС, 2022 – 80 с. ISBN 978-5-4365-9730-0

12. Ценообразование: учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>.

Ресурсы интернет

– <http://www.garant.ru> Справочно - правовая система Гарант.

- <http://www.consultant.ru> Справочно - правовая система КонсультантПлюс.
- www.zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html Единая информационная система в сфере закупок Информационная система
- <http://ruretail.ru/> Интернет-портал о розничной торговле <http://www.new-retail.ru/> Информационный портал о розничной торговле
- <http://www.gks.ru> Сайт Федеральной службы государственной статистики
- <https://www.smbn.ru/> - Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса
- <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html> - Фонд поддержки малого предпринимательства
- <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii> - 10 лучших бизнес-инкубаторов России
- www.znakoved.ru/baza_zaregistrirrovannyh_tovarnyh_znakov - База зарегистрированных товарных знаков

Периодические издания:

- <https://rg.ru> Торговля – Российская газета
- Журнал «Современная конкуренция». Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=688855>. – ISSN 1993-7598 (Print).- ISSN 2687-0657 (Online). – Текст : электронный.

4.4. Требования к руководителям практики

Требования к руководителям практики от АНО ПОО Колледж «МИР» при проведении преддипломной практики:

- проведение инструктажа по прохождению преддипломной практики;
- ознакомление с профессиональными компетенциями, которые обучающиеся должны освоить в ходе прохождения преддипломной практики;
- проведение инструктажа по заполнению дневника-отчёта о прохождении преддипломной практики;
- ознакомление с перечнем приложений к отчёту о прохождении преддипломной практики.

Требования к руководителям практики от организации:

- обеспечение прохождения всех этапов преддипломной практики;
- контроль за прохождением преддипломной практики;
- обеспечение доступа к ознакомлению с документами, связанными с прохождением обучающихся преддипломной практики;
- оказание помощи в освоении профессиональных компетенций;
- оценка освоения обучающимися профессиональных компетенций в ходе прохождения преддипломной практики (аттестационный лист);
- оформление и составление аттестационного листа - характеристики.

4.5 Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

Обучающиеся в период прохождения практики обязаны:

- соблюдать действующие в организации правила внутреннего трудового распорядка;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

5. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Практика студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется в соответствии с Положением о практической подготовке обучающихся, осваивающих основные образовательные программы среднего профессионального образования в АНО ПОО Колледж «МИР».

При выборе мест происхождения практики студентами с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся. При определении мест производственной (преддипломной) практики для студентов с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации индивидуальной программы реабилитации и медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Формой отчётности обучающегося по преддипломной практике является письменный отчёт о выполнении работ, свидетельствующий о закреплении знаний, умений, формировании общих и профессиональных компетенций, приобретении практического опыта.

Обучающийся в соответствии с графиком защиты практики защищает отчёт по практике.

Работа над отчётом по преддипломной практике должна позволить руководителю оценить уровень развития общих, а также профессиональных компетенций, в рамках освоения профессионального модуля и установленных ФГОС СПО по конкретной специальности, или рабочей программой профессионального модуля.

Приложения могут состоять из дополнительных справочных материалов, имеющих вспомогательное значение, например: копий документов, выдержек из отчётных материалов, статистических данных, схем, таблиц, диаграмм, программ, положений и т.п.

Форма контроля по преддипломной практике – дифференцированный зачет.