



Скляров Игорь Юрьевич
С=RU, S=Ставропольский
край, Т=проректор по
учебной работе, О=""
ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ""", СНИЛС=
04314925333, ИНН=
263402424665, E=oi@
stavau.ru, G=Игорь Юрьевич,
SN=Скляров, CN=Скляров
Игорь Юрьевич
2026.02.05 12:37:26+03'00'

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**



Утверждаю
Проректор по среднему
профессиональному образованию
Ряховская О.С.
20 25 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
«ПРОФЕССИОНАЛИТЕТ»**

Уровень профессионального образования
Среднее профессиональное образование

Образовательная программа
Подготовки специалистов среднего звена

Специальность
38.02.08 Торговое дело

На базе основного общего образования

Квалификация выпускника
Специалист торгового дела

Одобрено на заседании педагогического совета: протокол № 5 от «28» марта 2025 г.

2025 год

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ **ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ** **ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

название профессионального модуля

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики по ПМ.01. Организация и осуществление торговой деятельности является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа учебной практики по ПМ.01. Организация и осуществление торговой деятельности может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по направлениям подготовки в рамках укрупненной группы профессий, специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

В результате проведения учебной практики студент должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление торговой деятельности» и соответствующие ему компетенции:

общие компетенции:

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 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

профессиональные компетенции:

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.

2. Цели и задачи учебной практики – требования к результатам освоения учебной практики

Цель учебной практики – приобретение необходимых навыков по освоению основного вида профессиональной деятельности (ВПД) и формирование профессиональных компетенций (ОК, ПК) в сфере профессиональной деятельности в ходе освоения профессионального модуля ПМ. 01 Организация и осуществление торговой деятельности.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт в:

- поиске и систематизации информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
- проведении анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию;
- обработки, формирования и хранения данных, информации, документов;
- оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров;
- организации торгово-технологических процессов;
- соблюдения правил охраны труда
- 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 .

уметь:

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей;
- анализировать внешнюю конкурентную среду;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;
- осуществлять выбор поставщиков;
- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
- применять электронный документооборот.

знать:

- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации;
- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями;
- структуру и содержание договора поставки;
- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;
- виды торговых структур, формы и виды торговли;
- организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
- требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;
- правила охраны труда

3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

всего – 36 часов.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

название профессионального модуля

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа производственной практики по ПМ.01. Организация и осуществление торговой деятельности является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа производственной практики по ПМ.01. ПМ.01. Организация и осуществление торговой деятельности может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по направлениям подготовки в рамках укрупненной группы профессий, специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

В результате проведения производственной практики студент должен освоить основной вид деятельности «ПМ.01. Организация и осуществление торговой деятельности» и соответствующие ему профессиональные компетенции:

общие компетенции:

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 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

профессиональные компетенции:

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.

2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения производственной практики

Цель производственной практики – приобретение необходимых практических навыков по освоению основного вида профессиональной деятельности и формирование общих и профессиональных компетенций (ОК, ПК), а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы в сфере профессиональной деятельности в ходе освоения профессионального модуля ПМ.01. Организация и осуществление торговой деятельности.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт в:

- поиске и систематизации информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
- проведении анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию;
- обработки, формирования и хранения данных, информации, документов;
- оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров;
- организации торгово-технологических процессов;
- соблюдения правил охраны труда
- 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 .

уметь:

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей;
- анализировать внешнюю конкурентную среду;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;
- осуществлять выбор поставщиков;
- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
- применять электронный документооборот⁴

знать:

- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации;
- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями;
- структуру и содержание договора поставки;
- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;
- виды торговых структур, формы и виды торговли;
- организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
- требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;
- правила охраны труда

3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы производственной практики:

всего – 72 часа.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ **ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИ-** **МАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

название профессионального модуля

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики по ПМ.02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа учебной практики по ПМ.02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по направлениям подготовки в рамках укрупненной группы профессий, специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

В результате проведения учебной практики студент должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» и соответствующие ему компетенции:

общие компетенции:

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 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

профессиональные компетенции:

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

2. Цели и задачи учебной практики – требования к результатам освоения учебной практики

Цель учебной практики – приобретение необходимых навыков по освоению основного вида профессиональной деятельности (ВПД) и формирование профессиональных компетенций (ОК, ПК) в сфере профессиональной деятельности в ходе освоения профессионального модуля ПМ. 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт в:

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;
- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
- поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;

- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;
- разработки бизнес-план 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.

уметь:

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

- развивать идеи до бизнес-предложений;
- оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
- оценивать риски, связанные с бизнесом и анализировать бизнес-концепции;
- применять методы принятия оптимальных решений;
- представлять идеи, дизайн, видения и решения;
- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
- использовать методы экономического анализа;
- анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
- разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
- предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
- собирать информацию о бизнес-проблемах;
- анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

знать:

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- методы проведения маркетингового исследования;
- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях.
- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики.
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен

- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- методы оценки конкурентной среды
- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- роли и значения бизнес-плана;
- основные функции бизнес-плана;
- классификацию основных типов бизнес-планов;
- методологии и процессов развития бизнес-идей;
- порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью
- принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
- методы, способы и приемы для решения задач по анализу;
- типы факторных моделей;
- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;
- методику анализа эффективности использования производственных ресурсов.
- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;
- спектр специализированных программных продуктов;
- интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;
- инновационные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности
- риски: понятия и видов;
- методов оценки риска, связанных с бизнесом;
- меры снижения риска, связанных с бизнесом;
- методы оценки выполнимости бизнес-идей;
- основные способы анализа и оценки рисков;
- состав моделей оценки риска; способы оценки риска ликвидности.

3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

всего – 36 часов.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

название профессионального модуля

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа производственной практики по ПМ.02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа производственной практики по ПМ.02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по направлениям подготовки в рамках укрупненной группы профессий, специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

В результате проведения производственной практики студент должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» и соответствующие ему профессиональные компетенции:

общие компетенции:

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 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

профессиональные компетенции:

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

2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения производственной практики

Цель производственной практики – приобретение необходимых практических навыков по освоению основного вида профессиональной деятельности и формирование общих и профессиональных компетенций (ОК, ПК), а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы в сфере профессиональной деятельности в ходе освоения профессионального модуля ПМ.02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт в:

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;
- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
- поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;

- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;
- разработки бизнес-план 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.

уметь:

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

- развивать идеи до бизнес-предложений;
- оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
- оценивать риски, связанные с бизнесом и анализировать бизнес-концепции;
- применять методы принятия оптимальных решений;
- представлять идеи, дизайн, видения и решения;
- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
- использовать методы экономического анализа;
- анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
- разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
- предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
- собирать информацию о бизнес-проблемах;
- анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

знать:

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- методы проведения маркетингового исследования;
- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях.
- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики.
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен

- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; методы оценки конкурентной среды
- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- роли и значения бизнес-плана;
- основные функции бизнес-плана;
- классификацию основных типов бизнес-планов;
- методологии и процессов развития бизнес-идей;
- порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью
- принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
- методы, способы и приемы для решения задач по анализу;
- типы факторных моделей;
- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;
- методику анализа эффективности использования производственных ресурсов.
- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;
- спектр специализированных программных продуктов;
- интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;
- инновационные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности
- риски: понятия и видов;
- методов оценки риска, связанных с бизнесом;
- меры снижения риска, связанных с бизнесом;
- методы оценки выполнимости бизнес-идей;
- основные способы анализа и оценки рисков;
- состав моделей оценки риска; способы оценки риска ликвидности.

3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы производственной практики:

всего – 216 часов.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

название профессионального модуля

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики по ПМ.03. Организация и осуществление интернет-маркетинга является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа учебной практики по ПМ.03. Организация и осуществление интернет-маркетинга может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по направлениям подготовки в рамках укрупненной группы профессий, специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

В результате проведения учебной практики студент должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга» и соответствующие ему компетенции:

общие компетенции:

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 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

профессиональные компетенции:

ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению

ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет

ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество

ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика

ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

2. Цели и задачи учебной практики – требования к результатам освоения учебной практики

Цель учебной практики – приобретение необходимых навыков по освоению основного вида профессиональной деятельности (ВПД) и формирование профессиональных компетенций (ОК, ПК) в сфере профессиональной деятельности в ходе освоения профессионального модуля ПМ. 03 Организация и осуществление интернет-маркетинга.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт в:

- 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.

уметь:

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов,
- влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
- использовать инструменты для проведения технического аудита
- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.
- определять маркетинговые стратегии;
- составлять smm-стратегии;
- составлять контент-планы;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.
- разрабатывать уникальные торговые предложения;
- разрабатывать рекламные модули;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- обосновывать выбор целевой аудитории;
- создавать тексты и рекламные слоганы.
- создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов,

презентаций;

- различать виды текстов;
- рассчитать бюджет на создание лендинга;
- писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций;
- определять СТА для лендингов;
- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
- создавать уникального торгового предложения для определенных задач;
- работать с сервисами рассылок.
- составлять информационно-аналитические справки;
- оформлять отчетные документы

знать:

- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- основы веб-технологии;
- основы веб-дизайна;
- основы компьютерной грамотности;
- методы обработки текстовой информации;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;
- правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;
- основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.
- внутренние ошибки веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- правила составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний;
- стандарты делового общения в письменной и устной форме;
- особенности функционирования современных поисковых машин;

- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);
- методы обработки текстовой и графической информации;
- основы копирайтинга и веб-райтинга.
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов.
- перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;
- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.
- основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;
- основы гипертекстовой разметки;
- стандарты верстки веб-сайтов;
- принципиальные отличия лендингов от сайтов;
- сервисы для автоматизации рассылок.
- методы обработки текстовой информации и графической информации

3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

всего – 36 часов.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**

название профессионального модуля

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа производственной практики по ПМ.03. Организация и осуществление интернет-маркетинга является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа производственной практики по ПМ.03. Организация и осуществление интернет-маркетинга может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по направлениям подготовки в рамках укрупненной группы профессий, специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

В результате проведения производственной практики студент должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга» и соответствующие ему профессиональные компетенции:

общие компетенции:

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 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

профессиональные компетенции:

ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению

ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет

ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество

ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика

ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения производственной практики

Цель производственной практики – приобретение необходимых практических навыков по освоению основного вида профессиональной деятельности и формирование общих и профессиональных компетенций (ОК, ПК), а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы в сфере профессиональной деятельности в ходе освоения профессионального модуля ПМ.03. Организация и осуществление интернет-маркетинга.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт в:

- 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.

уметь:

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов,
- влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
- использовать инструменты для проведения технического аудита
- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.
- определять маркетинговые стратегии;
- составлять smm-стратегии;
- составлять контент-планы;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.
- разрабатывать уникальные торговые предложения;
- разрабатывать рекламные модули;
- создавать стратегии продвижения;

- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- обосновывать выбор целевой аудитории;
- создавать тексты и рекламные слоганы.
- создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
- различать виды текстов;
- рассчитать бюджет на создание лендинга;
- писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций;
- определять СТА для лендингов;
- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
- создавать уникального торгового предложения для определенных задач;
- работать с сервисами рассылок.
- составлять информационно-аналитические справки;
- оформлять отчетные документы

знать:

- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- основы веб-технологии;
- основы веб-дизайна;
- основы компьютерной грамотности;
- методы обработки текстовой информации;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;
- правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;
- основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.
- внутренние ошибки веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- правила составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний;
- стандарты делового общения в письменной и устной форме;

- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);
- методы обработки текстовой и графической информации;
- основы копирайтинга и веб-райтинга.
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов.
- перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;
- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.
- основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;
- основы гипертекстовой разметки;
- стандарты верстки веб-сайтов;
- принципиальные отличия лендингов от сайтов;
- сервисы для автоматизации рассылок.
- методы обработки текстовой информации и графической информации

3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы производственной практики:

всего – 72 часа.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПМ.04 ОСВОЕНИЕ ПРОФЕССИИ РАБОЧЕГО 12965
КОНТРОЛЕР-КАССИР

название профессионального модуля

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной практики по ПМ.04. Освоение профессии рабочего 12965 «Контролер-кассир» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа учебной практики по ПМ.04. Освоение профессии рабочего 12965 «Контролер-кассир» может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по направлениям подготовки в рамках укрупненной группы профессий, специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

В результате проведения учебной практики студент должен освоить дополнительный вид деятельности «Освоение профессии рабочего 12965 «Контролер-кассир»» и соответствующие ему компетенции:

общие компетенции:

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 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

профессиональные компетенции:

ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.

ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

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

интеллектуальных технологий

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности

ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

2. Цели и задачи учебной практики – требования к результатам освоения учебной практики

Цель учебной практики – приобретение необходимых навыков по освоению основного вида профессиональной деятельности (ВПД) и формирование профессиональных компетенций (ОК, ПК) в сфере профессиональной деятельности в ходе освоения профессионального модуля ПМ ПМ.04. Освоение профессии рабочего 12965 «Контролер-кассир».

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт в:

- обслуживания покупателей;
- продажи различных групп непродовольственных товаров;
- организации подготовки, размещения товаров в торговом зале и
- выкладки на торгово-технологическом оборудовании;
- применения способов сохранности товарно-материальных ценностей;
- осуществления приемки товаров;
- распаковывания, размещения и выкладки товаров на торговом оборудовании в соответствии с требованиями СанПиН;
- обслуживания покупателей и продажи различных групп продовольственных товаров;
- осуществления контроля условий хранения, сроков годности, сроков хранения и сроков реализации продаваемых продуктов в соответствии с требованиями СанПиН;
- контроля сохранности товарно-материальных ценностей;
- участия в проведении мероприятий по анкетированию покупателей;
- эксплуатации контрольно-кассовой техники (ККТ) и обслуживания покупателей;
- проверки платежеспособности государственных денежных знаков;
- проверки качества и количества продаваемых товаров;
- проверки правильности цен на товары и услуги;
- заполнения документов для составления кассового отчета, согласно установленному алгоритму;
- заполнения книги кассира-операциониста, расходных и приходных кассовых ордеров в соответствии с правилами ведения кассовых операций;
- применения способов сохранности товарно-материальных ценностей.

уметь:

- оценивать качество по органолептическим показателям;
- консультировать о свойствах и правилах эксплуатации товаров;
- расшифровывать маркировку, клеймение и символы по уходу;
- производить взвешивание товаров отдельных товарных групп;
- проверять соответствие маркировки с данными, указанными в сопроводительных документах;
- оформлять ценники;
- идентифицировать различные группы, подгруппы и виды продовольственных товаров;
- контролировать условия хранения, сроков годности, сроков хранения и сроков реализации продаваемых товаров;
- производить подготовку измерительного, механического, технологического контрольно- кассового оборудования;
- разрабатывать анкеты по изучению покупательского спроса;
- осуществлять подготовку ККТ различных видов;
- работать на ККТ различных видов: автономных, пассивных системных, активных системных (компьютеризированных кассовых машинах – POS терминалах), фискальных регистраторах;
- устранять мелкие неисправности при работе на ККТ;
- распознавать платежеспособность государственных денежных знаков;
- производить взвешивание товаров отдельных товарных групп;
- осуществлять заключительные операции при работе на ККТ;
- оформлять документы по кассовым операциям;
- соблюдать правила техники безопасности.

знать:

- техническое оснащение торговых организаций
- нормативно- правовую базу применения ККТ
- устройство контрольно- кассовой техники и правила ее эксплуатации
- порядок работы на контрольно- кассовой технике
- платежеспособность государственных денежных знаков
- порядок работы на просмотрном настольном приборе
- штрихкодovou технологию и сканеры
- порядок проверки качества и количества продаваемых товаров
- кассовая и отчетная документация
- назначение, классификация требования, предъявляемые к оформлению актов
- способы охраны товарно- материальных ценностей

3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной практики:

всего – 36 часов.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ ПМ.04 ОСВОЕНИЕ ПРОФЕССИИ РАБОЧЕГО 12965
КОНТРОЛЕР-КАССИР**

название профессионального модуля

1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа производственной практики по ПМ.04. Освоение профессии рабочего 12965 «Контролер-кассир» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа производственной практики по ПМ.01. Освоение профессии рабочего 12965 «Контролер-кассир» может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) по направлениям подготовки в рамках укрупненной группы профессий, специальностей 38.00.00 Экономика и управление.

В результате проведения производственной практики студент должен освоить дополнительный вид деятельности ПМ.04. «Освоение профессии рабочего 12965 «Контролер-кассир»» и соответствующие ему профессиональные компетенции:

общие компетенции:

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 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 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

профессиональные компетенции:

ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.

ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

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

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности

ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения производственной практики

Цель производственной практики – приобретение необходимых практических навыков по освоению основного вида профессиональной деятельности и формирование общих и профессиональных компетенций (ОК, ПК), а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы в сфере профессиональной деятельности в ходе освоения профессионального модуля ПМ.04. Освоение профессии рабочего 12965 «Контролер-кассир».

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт в:

- обслуживания покупателей;
- продажи различных групп непродовольственных товаров;
- организации подготовки, размещения товаров в торговом зале и
- выкладки на торгово-технологическом оборудовании;
- применения способов сохранности товарно-материальных ценностей;
- осуществления приемки товаров;
- распаковывания, размещения и выкладки товаров на торговом оборудовании в соответствии с требованиями СанПиН;
- обслуживания покупателей и продажи различных групп продовольственных товаров;
- осуществления контроля условий хранения, сроков годности, сроков хранения и сроков реализации продаваемых продуктов в соответствии с требованиями СанПиН;
- контроля сохранности товарно-материальных ценностей;
- участия в проведении мероприятий по анкетированию покупателей;
- эксплуатации контрольно-кассовой техники (ККТ) и обслуживания покупателей;

- проверки платежеспособности государственных денежных знаков;
- проверки качества и количества продаваемых товаров;
- проверки правильности цен на товары и услуги;
- заполнения документов для составления кассового отчета, согласно установленному алгоритму;
- заполнения книги кассира-операциониста, расходных и приходных кассовых ордеров в соответствии с правилами ведения кассовых операций;
- применения способов сохранности товарно-материальных ценностей.

уметь:

- оценивать качество по органолептическим показателям;
- консультировать о свойствах и правилах эксплуатации товаров;
- расшифровывать маркировку, клеймение и символы по уходу;
- производить взвешивание товаров отдельных товарных групп;
- проверять соответствие маркировки с данными, указанными в сопроводительных документах;
- оформлять ценники;
- идентифицировать различные группы, подгруппы и виды продовольственных товаров;
- контролировать условия хранения, сроков годности, сроков хранения и сроков реализации продаваемых товаров;
- производить подготовку измерительного, механического, технологического контрольно- кассового оборудования;
- разрабатывать анкеты по изучению покупательского спроса;
- осуществлять подготовку ККТ различных видов;
- работать на ККТ различных видов: автономных, пассивных системных, активных системных (компьютеризированных кассовых машинах – POS терминалах), фискальных регистраторах;
- устранять мелкие неисправности при работе на ККТ;
- распознавать платежеспособность государственных денежных знаков;
- производить взвешивание товаров отдельных товарных групп;
- осуществлять заключительные операции при работе на ККТ;
- оформлять документы по кассовым операциям;
- соблюдать правила техники безопасности.

знать:

- техническое оснащение торговых организаций
- нормативно- правовую базу применения ККТ
- устройство контрольно- кассовой техники и правила ее эксплуатации
- порядок работы на контрольно- кассовой технике
- платежеспособность государственных денежных знаков
- порядок работы на просмотрном настольном приборе
- штрихкодovou технологию и сканеры

- порядок проверки качества и количества продаваемых товаров
- кассовая и отчетная документация
- назначение, классификация требования, предъявляемые к оформлению актов
- способы охраны товарно- материальных ценностей

3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы производственной практики:

всего – 72 часа.