

Центросоюз РФ
Нижегородский областной союз потребительских обществ
Нижегородский экономико-технологический колледж

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Специальность
38.02.08 Торговое дело

Арзамас, 2024 г

Рабочая программа преддипломной практики разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Утверждаю
Директор колледжа
 ЕВ Смирнова
«19» апреля 2024 г

Рассмотрено на заседании ЦК
коммерческо-технологических
дисциплин
19 апреля 2024 г
Председатель ЦК 
Матвеева МН

Одобрена НМС НЭТК
19 апреля 2024 г
Председатель НМС 
Щепетинщикова Н.Н.

Разработчики:

М.Н.Матвеева – преподаватель НЭТК
В.А. Мельников – преподаватель НЭТК
Н.Н. Щепетинщикова – преподаватель НЭТК
О.В.Грачева – преподаватель НЭТК
Т.Е. Елфимова – преподаватель НЭТК
С.И. Солдатова - преподаватель НЭТК
Рецензент:
Е.В. Мельникова – преподаватель НЭТК

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа преддипломной практики является частью ППССЗ по специальности 38.02.08 Торговое дело

1.2. Цель и задачи практики:

Цель преддипломной практики – углубление первоначального практического опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверка его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовка к выполнению дипломной работы в организациях различных организационно-правовых форм.

В результате прохождения преддипломной практики обучающиеся должны развивать следующие компетенции:

Код ПК, ОК	Формируемые ПК и ОК
ПК 1.1.	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.	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.	ПК. 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.
ПК 1.4.	ПК. 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.
ПК 1.5.	ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6.	ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.
ПК 2.1.	ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.
ПК 2.2.	ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.
ПК 2.3.	ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.
ПК 2.4.	ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.
ПК 2.5.	ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.6.	ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.7.	ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.
ПК 2.8.	ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.
ПК 3.1.	ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.
ПК 3.2.	ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
ПК 3.3.	ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-

	<p>промышленной выставки.</p> <p>ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет.</p>
ПК 3.4.	ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.
ПК 3.5	ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.
ПК 3.6	ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
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 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

С целью развития общих и профессиональных компетенций обучающийся в ходе прохождения преддипломной практики должен углубить первоначальный практический опыт:

Код ПК	Иметь практический опыт (ПО)
ПК 1.1. – ПК.1.6	<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; - рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; -проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; -подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; -оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; -мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; -установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; -составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов; -формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; -составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов

закупочной процедуры;

- осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;
- организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов;
- направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;
- проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;
- составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);
- документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
- подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
- формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;
- обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;
- формирования проекта внешнеторгового контракта;
- осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;
- подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;
- подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;
- сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;
- мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;
- подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;
- выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;
- организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;
- приемки товаров по количеству и качеству;

	-соблюдения правил охраны труда.
ПК 2.1-2.8	<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 интеллектуальных технологий; -проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; -установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; -использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; -разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; -расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; -определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; -сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
ПК 3.1.-3.6	<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 -оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки; -размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; -размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-

<p>телекоммуникационной сети «интернет».</p> <p>-разработки лендинга.</p> <p>-анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</p> <p>-анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</p> <p>-составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории</p>

1.3. Количество часов на освоение программы преддипломной практики:

Всего - при очной и заочной форме обучения – 144 часа

Практическая подготовка – 144 часа

В результате освоения программы преддипломной практики обучающиеся очной и заочной формы обучения проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

2. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ

2.1. Тематический план практики

Разделы	Очная и заочная форма обучения	Очная и заочная форма обучения
Обязательная часть программы практики		
Организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия.	12	2 дня
Индивидуальная часть программы практики		
Исследование организации и осуществления торговой деятельности	18	3 дня
Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	18	3 дня
Организация и осуществление интернет-маркетинга	18	3 дня
Выводы по индивидуальной части программы практики.	6	1 день
Сбор практического материала по теме ДР	24	4 дня
Описание бизнес-процесса	24	4 дня
Анализ результатов исследования	24	4 дня
ИТОГО	144	24

2.2. Содержание практики

Независимо от избранной обучающимся темы дипломной работы программа преддипломной практики включает следующие разделы

Код ПК	Наименование тем практики	Виды работ	Количество часов (очн/заоч)	Уровень освоения
		Обязательная часть программы практики		
ПК 1.1.,1.6, 2.6 ОК 01-05, 09	Организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия.	-определение организационно-правовой формы, юридического и почтового адреса, характера собственности, сферы деятельности предприятия, специализации, характеристики внешней среды предприятия; -определение миссии, цели, предмета, основных видов деятельности предприятия в соответствии с Уставом; -изучение состава организационных документов и их основных положений (устав, учредительный договор, лицензия и т.д.);	12/12	3

		<ul style="list-style-type: none"> -изучение режима работы предприятия, графика выхода на работу и учета рабочего времени разных категорий работников; -изучение организационной структуры и структуры управления предприятием, типа организационной структуры, ее преимуществ и недостатков; -изучение прав и обязанностей руководителя предприятия, коммерческого директора, заведующего магазином, складом, логиста, специалиста по снабжению, продавца (менеджера по продажам) и т.д.; -изучение функций отдельных подразделений предприятия; -изучение правовых норм и состояния охраны труда и техники безопасности на предприятии; -изучение ассортимента товаров в торговом предприятии; изучение основных технико-экономических показателей деятельности организации 		
		Индивидуальная часть программы практики		
ПК 1.1, -1,6	Исследование организации и осуществления торговой деятельности.	<p>В целях исследования организации и осуществления торговой деятельности в торговой компании необходимо выполнить следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> -изучение источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции -анализ и оценка объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках изучение формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков - изучение требований рынков к товарной продукции организации - выработка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного рынка - анализ конъюнктуры и емкости товарных рынков - определение конкурентных преимуществ продукции организации на рынках - изучение поставщиков (подрядчиков, 	18/18	3

		<p>исполнителей) и заказчиков в сфере закупок</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформление договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг - изучение установленного порядка закупки товаров, услуг для государственных, муниципальных и корпоративных нужд - изучение претензий, деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров -изучение установленного порядка заключения внешнеторгового контракта - выполнение торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; -изучение организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; -приемка товаров по количеству и качеству; -соблюдение правил охраны труда 		
ПК 2.1-2.8	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	<p>В целях создания предпринимательской единицы необходимо выполнить следующие виды работ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; - выявление проблем и формулирование целей бизнеса; - составление плана маркетинговых исследований; - поиск первичной и вторичной маркетинговой информации; - проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга; - разработка товарной политики; - разработка системы продвижения товаров (услуг); - разработка ценовой политики торговой организации в зависимости от генеральных целей бизнеса; - разработка бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы с применением программных продуктов; - расчёт показателей эффективности предпринимательской деятельности с применением программных продуктов; - определение мероприятий по повышению 	18/18	3

		<p>эффективности предпринимательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 		
ПК 3.1.- 3.6	Организация и осуществление интернет-маркетинга	<p>В целях организации и осуществления интернет-маркетинга необходимо выполнить следующие виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проведение анализа аудируемого веб-сайта; - проведение анализа поисковой выдачи; - проведение анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; - проведение анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; - определение стратегии поискового продвижения; - определение стратегии продвижения в социальных сетях; - разработка и размещение текстовых, медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; - разработка лендинга; - анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; - анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; - составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории 	18/18	3
	Выводы по индивидуальной части программы практики.	Обобщить результаты проведенного исследования по разделам обязательной части программы практики.	6/6	3
		Сбор практического материала по теме ДР	24/24	3
		Описание бизнес-процесса	24/24	3
		Анализ результатов исследования	22/22	3
Дифференцированный зачет			2/2	

3. ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРАКТИКОЙ

Местом проведения преддипломной практики могут быть оптовые и розничные предприятия различных форм собственности, производственные предприятия, организации потребительской кооперации и т.д. (далее базы практик).

Колледж заключает договора об организации практики с базами практик. До начала практики колледж согласовывает с ними программу и календарные графики прохождения практики.

Обучающиеся, заключившие договор с предприятиями (учреждениями, организациями) на их трудоустройство, практику проходят в этих организациях.

Отдельные обучающиеся, индивидуально согласовавшие с предприятиями вопрос о прохождении практики, могут направляться для прохождения практики в организации, от которых получены письма-подтверждения о предоставлении места практики

Для руководства практикой обучающихся назначаются руководители практики от колледжа и от баз практик.

Перед началом практики директор колледжа издает приказ о направлении студентов на практику с указанием баз практики, сроков прохождения и руководителей практики от колледжа.

Руководитель практики от колледжа перед её началом проводит инструктаж обучающихся по выполнению заданий программы практики и написанию отчетов, оказывает им методическую и организационную помощь при выполнении программы практики.

Руководитель практики от предприятия организует прохождение практики обучающимся: знакомит с организацией и методами коммерческой работы на конкретном рабочем месте, с охраной труда; помогает выполнить все задания и консультирует по вопросам практики; проверяет ведение студентом дневника и подготовку отчета о прохождении практики; осуществляет постоянный контроль за практикой обучающихся; кроме того, составляет характеристики, содержащие данные о выполнении программы практики и индивидуальных заданий, об отношении обучающихся к работе.

Во время практики студент обязан:

- пройти инструктаж по прохождению практики, встретиться с руководителем практики от колледжа, получить программу практики;
- своевременно прибыть на место практики;
- соблюдать, действующие на базовом предприятии правила внутреннего трудового распорядка;
- изучить и строго соблюдать правила техники безопасности, производственной санитарии, противопожарной безопасности;
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- регулярно вести дневник-отчет практики.

5. ОТЧЕТНОСТЬ И ОЦЕНКА ПРАКТИКИ

Отчетными документами, характеризующими и подтверждающими прохождение обучающимися преддипломной практики являются Отчет о прохождении преддипломной практики (Приложение А) и дневник преддипломной практики (Приложение Б).

Отчет о прохождении преддипломной практики составляется индивидуально каждым обучающимся. Отчет о практике является документом обучающего, отражающим выполненную им работу согласно программе практики.

Текст отчёта оформляется на одной стороне стандартного листа А4 белой бумаги с книжной ориентацией, шрифт 14 Times New Roman через 1.5 интервала. Поля: верхнее, нижнее, левое - 20 мм, правое - 10 мм. Выравнивание текста по ширине страницы, отступ слева (абзац)- 1, 25. Заголовки отделяют от текста двумя интервалами. Название разделов (заголовки) печатают прописными буквами, без точки в конце, не подчеркивая. Переносы слов в заголовках не допускаются. Страницы текста нумеруют арабскими цифрами от титульного листа до последнего. Номер на титульном листе не проставляется, но включается в общую нумерацию. Текст выравнивается по ширине, а заголовки – по центру.

Общий объем отчета должен составлять 20-25 страниц. Отчет, оформленный надлежащим образом, должен быть сброшюрован с помощью папки типа скоросшивателя.

Структура отчета:

Титульный лист.

Содержание.

Основная часть.

Выводы.

Приложения.

Содержание включает наименование всех разделов (тем), вопросов с указанием номера страниц, на которых размещается начало раздела (темы).

В основной части работы излагается материал по всем разделам (темам), вопросам программы практики – места практики.

В выводах подводятся итоги практики, формулируются основные выводы. Вывод размещается на отдельной пронумерованной странице, снабжается заголовком «Вывод», не нумеруется как раздел и включается в общее количество страниц.

Приложения оформляются как дополнение отчета на последующих его страницах. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы и иметь содержательный заголовок. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, Б, В и т.д. На все приложения в отчете должны быть ссылки. В приложении могут быть включены материалы, уточняющие, дополняющие текст отчёта:

- таблицы, схемы, графики, иллюстрированный материал, фотографии;
- инструкции;
- копии документов;
- нормативно-технологическая документация.

Дневник преддипломной практики содержит краткое описание видов работ, выполненных обучающимся за каждый день практики.

В последний день практики дневник подписывается руководителем практики от организации и заверяется печатью.

В Аттестационном листе (Приложение В), разработанным совместно руководителем практики от колледжа и руководителем практики от организации, работодатель проставляет оценки по каждой освоенной профессиональной компетенции, во время практики и вносится итоговая оценка по практике.

Аттестационный лист подписывается руководителями практики от организации и от колледжа, заверяется печатью организации – места практики.

По завершению практики руководитель практики от организации составляет на каждого обучающегося характеристику. В характеристике отмечается освоение профессиональных и общих компетенций в период прохождения практики, отношение к работе, дисциплинированность и другие качества, проявленные практикантом в период практики.

Текущий контроль предусматривает систематическую проверку качества выполненных работ, приобретенного практического опыта обучающимися в период прохождения преддипломной практики со стороны руководителя практики от организации и колледжа.

По итогам преддипломной практики обучающий должен предоставить заведующему производственной практики колледжа следующие документы:

- отчет о прохождении преддипломной практики;
- дневник преддипломной практики;
- аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций и характеристику от организации на обучающегося по освоению профессиональных и общих компетенций в период прохождения практики.

Аттестация по итогам преддипломной практики проводится на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций.

Преддипломная практика завершается дифференцированным зачетом при условии:

- положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и колледжа об уровне освоения профессиональных компетенций;
- наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению профессиональных и общих компетенций в период прохождения практики;
- полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о прохождении преддипломной практики в соответствии с заданием на практику.

6. СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иванов, Г. Г., Организация торговли (торговой деятельности) : учебник / Г. Г. Иванов. — Москва : КноРус, 2023. — 222 с. — ISBN 978-5-406-11814-6. — URL: <https://book.ru/book/949672>. — Текст : электронный.
 2. Серпухова Е. П. Основы предпринимательства и бизнес-планирования : учебник для СПО / Е. П. Серпухова, О. Г. Сайманова. — Саратов : Профобразование, 2022. — 175 с. — ISBN 978-5-4488-1373-3. — Текст : электронный // ЭБС ПроФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/116273>
 3. Крестьянинов, А. Н. Основы ценообразования : учебное пособие / А. Н. Крестьянинов, Ю. Н. Жулькова, А. А. Сазонов. — Нижний Новгород : Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2023. — 110 с. — ISBN 978-5-528-00168-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО ПроФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/8081>
 4. Захарова, И. В., Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — Москва : КноРус, 2023. — 202 с. — ISBN 978-5-406-10761-4. — URL: <https://book.ru/book/947117>. — Текст : электронный.
 5. Рыжиков, С. Н., Продвижение товаров и услуг+ Приложение: учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2023. — 220 с. — ISBN 978-5-406-09975-9. — URL: <https://book.ru/book/946333> — Текст: электронный.
 6. Твердохлебова, М. Д., Интернет-маркетинг: учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва: КноРус, 2023. — 190 с. — ISBN 978-5-406-11098-0. — URL: <https://book.ru/book/947409> — Текст: электронный
 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. Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 291 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17859-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541978>
 9. Заволокина, Л. И. Мировая экономика : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16861-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543531>
 10. 1. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535762>
- Дополнительные источники:**
1. Кудряшов, Р. Б., Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью : учебное пособие / Р. Б. Кудряшов. — Москва : КноРус, 2024. — 341 с. — ISBN 978-5-406-12005-7. — URL: <https://book.ru/book/950427>. — Текст : электронный.
 2. Организация коммерческой деятельности : учебник / С. А. Ганина, О. В. Глинкина, Т. Р. Зеленина [и др.] ; под ред. О. В. Глинкиной, Т. М. Регент. — Москва : КноРус, 2024. — 303 с. — ISBN 978-5-406-12971-5. — URL: <https://book.ru/book/953500>. — Текст : электронный.
 3. Рыжиков, С. Н., Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью + eПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2023. — 351 с. — ISBN 978-5-406-10605-1. — URL: <https://book.ru/book/948676>. — Текст : электронный.
 4. Рыжиков, С. Н., Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда + eПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2024. — 322 с. — ISBN 978-5-406-12017-0. — URL: <https://book.ru/book/950245>. — Текст : электронный.

5.Каратаева О. Г. Бизнес-планирование : учебное пособие для СПО / О. Г. Каратаева, О. В. Чеха. — Саратов : Профобразование, 2020. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-0883-8. — URL: <https://profspo.ru/books/98377>

6.Забелина, Е. А. Ценообразование. Практикум : пособие / Е. А. Забелина. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2024. — 156 с. — ISBN 978-985-503-585-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/67790>

7.Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/88760>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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>

7. Контроль и оценка результатов освоения преддипломной практики

Контроль и оценка результатов освоения программы преддипломной практики осуществляется в процессе выполнения обучающимися отдельных видов работ.

Результаты (освоенные ПК)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1	<ul style="list-style-type: none"> — осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий; — оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; — составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации; — разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; — проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков; — осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках 	<p>Дифференцированный зачет по практике</p> <p>Защита отчета по преддипломной практики</p> <p>Наблюдение за деятельностью обучающегося на практике со стороны руководителя практики от предприятия и колледжа</p>
ПК 1.2	<ul style="list-style-type: none"> — выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию 	<p>Текущий контроль в форме проверки дневника, отчета руководителем практики от предприятия (руководителем дипломной работы)</p>
ПК 1.3	<ul style="list-style-type: none"> — определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки; — составляет и оформляет закупочную документацию в соответствии с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры; — оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий; 	<p>Текущий контроль в форме проверки дневника, отчета руководителем практики от предприятия (руководителем дипломной работы)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд. 	
ПК 1.4	<ul style="list-style-type: none"> – проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); – осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; – составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках; – составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; – формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения; – осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. 	
ПК 1.5	<ul style="list-style-type: none"> – осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; – проводит сбор информации и документов о ходе исполнения обязательств по внешнеторговому контракту и разрабатывает на их основе план-график контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; – проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу. 	
ПК 1.6	<ul style="list-style-type: none"> – выполняет торгово-технологические операции в соответствие с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта; – осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки; – оформляет документы по приемке товаров в соответствие установленными требованиями; – соблюдает правила охраны труда при выполнении торгово-технологических операций 	
ПК 2.1.	<p>Составляет план проведения маркетингового исследования</p> <p>Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования</p>	

	<p>Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования</p> <p>Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации</p>	
ПК. 2.2.	<p>Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</p> <p>Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p> <p>Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p> <p>Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации</p>	
ПК 2.3.	<p>Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</p>	
ПК. 2.4.	<p>Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках</p>	
ПК 2.5.	<p>Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана)</p> <p>Использует информационные технологий в процессе составления бизнес-плана</p> <p>Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.</p>	
ПК 2.6.	<p>Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации</p> <p>Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации</p>	
ПК. 2.7.	<p>Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p>	
ПК. 2.8.	<p>Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы</p> <p>Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности</p>	
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – выявляет технические ошибки в работе веб-сайта; – документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта; – формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); – выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; – выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; 	

	<ul style="list-style-type: none"> – использует инструменты для проведения технического аудита 	
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; – составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; – актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; – составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; – анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; – анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию 	
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – определяет маркетинговые стратегии; – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; – проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов 	
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывает уникальные торговые предложения; – разрабатывает рекламные модули; – создает стратегии продвижения; – сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – обосновывает выбор целевой аудитории; создает тексты и рекламные слоганы 	
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; – различает виды текстов; – рассчитывает бюджет на создание лендинга; – составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; – определяет СТА для лендингов; – работает с бесплатными сервисами создания лендингов; – создает уникальное торговое предложение для определенных задач; работает с сервисами рассылок. 	
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – составляет информационно-аналитические справки; – оформляет отчетные документы. 	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; 	Интерпретация результатов

	<ul style="list-style-type: none"> – выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) 	наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, – демонстрирует толерантность в рабочем коллективе 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> – понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – кратко обосновывает и объясняет свои действия; – пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. 	

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ
 Центросоюз РФ
 Нижегородский областной союз потребительских обществ
 «Нижегородский экономико-технологический колледж»

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Специальность _____
Код и наименование специальности

Обучающегося(йся) _____ курса _____ группы

(Фамилия, имя, отчество обучающегося)

Место практики _____
(Название организации)

Сроки практики с _____ 20 г. по _____ 20 г.

Всего часов по практике _____ час.

Руководители практики

от организации

должность

подпись

ФИО

от колледжа

должность

подпись

ФИО

Зав.производственной практикой

_____ подпись

_____ ФИО

Итоговая оценка по практике _____

Арзамас

ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ
 Центросоюз РФ
 Нижегородский областной союз потребительских обществ
 «Нижегородский экономико-технологический колледж»

ДНЕВНИК ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ

Специальность _____
Код и наименование специальности

Обучающегося(йся) _____ курса _____ группы

(Фамилия, имя, отчество обучающегося)

Место практики _____
(Название организации)

Сроки практики с _____ 20 г. по _____ 20 г.

Всего часов по практике _____ час.

Руководители практики

от организации

должность

подпись

ФИО

от колледжа

должность

подпись

ФИО

Зав.производственной практикой

подпись

ФИО

Арзамас

Аттестационный лист по преддипломной практике

Обучающийся _____, ФИО

_____ курса по специальности _____
код и наименование специальности

прошел(ла) преддипломную практику
 в объеме _____ часов с « _____ » _____ 20 _____ г. по « _____ » _____ 20 _____ г.
 в организации _____

(Название организации)

Виды и качество выполнения работ в период преддипломной практики

№ п/п	Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках формируемых компетенций	Оценка	
		от организации	от колледжа
1	Познакомиться с базой практики, правилами внутреннего трудового распорядка. Пройти инструктаж по технике безопасности.		
2	Провести исследование организации и осуществления торговой деятельности		
3	Исследовать процесс организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли		
4	Исследовать процесс организации и осуществления интернет-маркетинга		
5	Собрать необходимую информацию (по согласованию с руководителем дипломной работы) для написания дипломной работы		
6	Обобщить полученные на практике результаты		

Характеристика профессиональных компетенций обучающегося в период прохождения преддипломной практики

Итоговая оценка _____

Руководители практики

от организации _____ / _____

от колледжа _____ / _____

МП

« _____ » _____ 20 _____ г.

Зав. производственной практикой _____ / _____

Ознакомлен: _____ / _____