Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова» Многопрофильный колледж

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело

Квалификация: специалист торгового дела

Форма обучения очная

ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой комиссией «Экономики и сферы обслуживания» Председатель Колесникова Н.Н. Протокол № 5 от «31» января 2024г

Методической комиссией МпК

Протокол № 3 от «21» февраля 2024г

Разработчики:

преподаватель отделения №3 «Строительства, экономики и сферы обслуживания» Многопрофильного колледжа ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Анна Игоревна Артемьева

преподаватель отделения №3 «Строительства, экономики и сферы обслуживания» Многопрофильного колледжа ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Ирина Анатольевна Балашова

преподаватель отделения №3 «Строительства, экономики и сферы обслуживания» Многопрофильного колледжа ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Наталья Николаевна Колесникова

преподаватель отделения №3 «Строительства, экономики и сферы обслуживания» Многопрофильного колледжа ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Ирина Владимировна Леонова

Оценочные материалы и методические указания для студентов очной формы обучения по специальности составлены в соответствии с требованиями ФГОС по специальности среднего профессионального образования 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям) утвержденного Министерством просвещения Российской Федерации от «26» июня 2024г.№ 437; СМК-К-О-РЕ-3/34-13-24 Порядок организации практической подготовки при реализации практик по образовательным программам среднего профессионального образования; рабочей программы производственной практики.

Оценочные материалы и методические указания определяют цели и задачи, порядок организации производственной практики (по профилю специальности) и включают рекомендации по содержанию отчета по практике и требований, предъявляемых к отчету.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ВВЕДЕНИЕ	4
2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	1
3 ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКОЙ	1
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ	13
5 ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ	13
6 СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА О ВЫПОЛНЕНИИ ЗАДАНИЙ ПРАКТИКЕ	2
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	4
ПРИЛОЖЕНИЕ 2	5
ПРИЛОЖЕНИЕ 3	6
ПРИЛОЖЕНИЕ 4	13
ПРИЛОЖЕНИЕ 5	23

1. ВВЕДЕНИЕ

Производственная практика является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям).

Производственная практика реализуется в рамках профессиональных модулей (ПМ) образовательной программы и направлена на формирование, закрепление и развитие у обучающихся практических навыков в пределах профессиональных компетенций (ПК), на формирование и развитие общих компетенций (ОК) в процессе выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью по видам деятельности (ВД).

Организация проведения практической подготовки при реализации производственной практики осуществляется на основе договоров о сотрудничестве с профильными организациями и МГТУ, в соответствии с областью профессиональной деятельности по реализации ППССЗ.

По результатам практики представляется отчет, утвержденный организацией, в которой проходила практика. Структура и оформление отчета устанавливается в соответствии с требованиями настоящих указаний.

Прохождение производственной практики является обязательным условием обучения.

Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие отрицательную оценку, не допускаются к экзамену квалификационному по профессиональному модулю и направляются на практику повторно в свободное от учебы время.

Производственная практика завершается зачетом. Зачет выставляется при условии положительного аттестационного листа по практике об уровне освоения ОК и ПК, заполненного руководителями практики от организации и колледжа, отчета по практике в соответствии с заданием на практику.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Обучающиеся, заключившие с предприятием договор о целевой подготовке, проходят практику на этих предприятиях.

2 СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИПроизводственная практика проводится концентрированно в несколько периодов и/или рассредоточено в рамках профессионального модуля и предусмотрена в следующем объеме:

2.1 Объем производственной практики

Puz upor	CTOVALANI	Курс	Место проведения практики		Кол-во час		Обоснование	, ,
Вид прак	Лики			Всего	базовая часть	вариативная часть	вариативной части	аттестации и контроля
	ПП.01 Производственн ая практика	3	Организаци и на основании договоров	180	108	72	-	Промежуточная (зачет)
ВД 2 Организация и осуществление предпринимательск ой деятельности в сфере торговли	Производственн	3	Организаци и на основании договоров	144	72	72	-	Промежуточная (комплексный зачет)
'	ПП.03 Производственн ая практика	3	Организаци и на основании договоров	180	72	108		Промежуточная (комплексный зачет)
Итого				504	252	252	-	-

2.2 Содержание производственной практики (по профилю специальности) 2.2 Структура и содержание производственной практики

Код		_	Наименование тем	Объем	Семестр
ИДК	Навык	Виды работ	производственной	часов	
ПК/ОК	DH 1 O		практики		
THC 1 1 1		существление торговой		20	-
ПК 1.1.1	Н1.1.1 поиска и	1. Проведение	Тема 1.1	30	5
ПК 1.1.2 ПК 1.1.3	систематизации открытых	анализа конъюнктуры	Информационное		
ПК 1.1.3	источников информации о внутренних и внешних	и емкости товарных рынков и подготовка	обеспечение торгово-сбытовой		
ПК 1.2.1	рынках для сбыта товарной	аналитических	деятельности		
ПК 1.2.3	продукции;	документов по	Тема 3.6.		
ПК 1.3.1	Н1.1.2 проведение анализа	конкурентным	Организация		
ПК 1.3.2	и оценки объема спроса на	преимуществам	закупок в		
ПК 1.3.3	товарную продукцию	продукции	коммерческих		
ПК 1.4.1	организации на	организации на	организациях		
ПК 1.4.2	внутренних и внешних	внешних рынках.			
ПК 1.4.3	рынках;	2.Осуществление	Тема 1.3.	30	5
ПК 1.5.1	Н1.1.3 обработки,	проверки	Заключение		
ПК 1.5.2	формирования и хранения	необходимой	внешнеторгового		
ПК 1.6.3	данных, информации,	документации для	контракта и его		
ПК 1.6.1	документов, в том числе	заключения	документальное		
ПК 1.6.2	полученных от	внешнеторгового	сопровождение		
ПК 1.6.3	поставщиков	контракта.	T 1.4	20	
OK 01.1, OK 01.2,	(подрядчиков, исполнителей);	3. Подготовка	Тема 1.4.	30	5
OK 01.2, OK 01.3,	l ==	процедуры	Осуществление		
OK 01.3, OK 02.1,	H1.1.4 составления перечня требований	подписания	контроля		
OK 02.1, OK 02.2,	внешних рынков к	внешнеторгового	исполнения обязательств по		
OK 02.2, OK 02.3,	товарной продукции	контракта с контрагентом.	обязательств по внешнеторговому		
OK 09.1,	организации;	Koniparentow.	контракту		
ОК 09.3	Н1.1.5 подготовки	4. Приемка товаров	Тема 1.2.	30	5
	рекомендаций по	по количеству и	Установление		
	омологации товарной	качеству	хозяйственных		
	продукции по итогам	, and the second	связей с		
	анализа требований		поставщиками и		
	определенного внешнего		потребителями		
	рынка;		товаров и услуг		
	Н1.1.6 проведения анализа	5. Изучение	Тема 2.1.	30	5
	конъюнктуры и емкости	инструкций по охране	Организация и		
	товарных рынков,	труда.	управление торгово-		
	мониторинга внутренних и		технологическими		
	внешних рынков;		процессами в		
	подготовки аналитических документов по		оптовой торговле		
	конкурентным	6. Составление и	Тема 2.2.	30	5
	преимуществам продукции	оформление	Организация и		
	организации на внешних	закупочной	управление торгово-		
	рынках.	документации,	технологическими		
	Н1.2.1 оформления	осуществления ее проверки для	процессами в розничной торговле		
	договоров с поставщиками	проверки для	Тема 2.3.		
	и потребителями товаров и	закупочной	Организация и		
	услуг;	процедуры,	управление торгово-		
	Н1.2.2 мониторинга	организационно-	технологическими		
	поставщиков	технического	процессами в		
	(подрядчиков,	обеспечения	электронной		
	исполнителей) и				

payanyuyan n ahana	HOGENIA HOGENIA		топпорно	<u> </u>	
заказчиков в сфере	деятельности		торговле		
закупок; Н1.2.3 установления	закупочных комиссий,	OHOHEH			
ž	· ·	оценки			
контактов с деловыми	результатов	И			
партнерами, заключения	подведение	ИТОГОВ			
договоров, предъявления	закупочной				
претензий; H1.2.4 составления	процедуры.				
деловых писем, предложений, заказов на					
поставку товаров,					
проведения безналичных					
расчетов					
Н1.3.1 формирования					
начальной (максимальной)					
цены закупки, описания					
объекта закупки,					
требований к участнику					
закупки, порядка оценки					
участников, проекта					
контракта;					
Н1.3.2 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;					
Н1.3.3 осуществления					
подготовки протоколов					
заседаний закупочных					
комиссий на основании					
решений, принятых					
членами комиссии по					
осуществлению закупок; H1.3.4 публичного					
размещения полученных					
результатов;					
осуществления проверки					
необходимой					
документации для					
заключения контрактов и					
процедуры подписания					
контракта с поставщиками					
(подрядчиками,					
исполнителями);					
Н1.3.5 публичного					
размещения отчетов,					
информации о					
неисполнении контракта, о					
санкциях, об изменении					

или о расторжении	I		
контракта, за исключением	1		
сведений, составляющи	ς		
государственную тайну;			
Н1.3.6 организации	í		
осуществления оплать			
поставленного товара			
выполненной работы (е			
результатов), оказанної			
услуги, а также отдельных			
этапов исполнени			
контракта, денежных сумм			
по банковской гарантии			
предусмотренных случая			
организации возврат			
денежных средств			
внесенных в качеств			
обеспечения исполнени			
заявок или обеспечени:	I		
исполнения контрактов.			
Н1.4.1 направлени			
запросов, приглашений и	I		
информации			
потенциальным			
участникам			
внешнеторгового			
контракта;			
Н1.4.2 проведения	I		
предварительного анализ	ı		
поступающих			
коммерческих			
предложений, запросов о			
потенциальных партнерог	3		
на внешних рынках;			
Н1.4.3 составления списк	ı		
отклонений о			
приемлемых условий	Í		
внешнеторгового			
контракта (перечен	,		
разногласий);			
Н1.4.4 документального			
оформления результато			
переговоров по условиям			
внешнеторгового			
контракта;			
Н1.4.5 подготовки сводных			
отчетов и предложений с			
потенциальных партнера:			
на внешних рынках;			
Н1.4.6 формировани	I		
списка потенциальных			
партнеров для заключения			
внешнеторгового			
контракта;			
Н1.4.7 обработки	,		
формирования, хранени			
информации и данных об			
1 1 1 , ,,	ı	l	

	,	,	
участниках			
внешнеторгового			
контракта;			
Н1.4.8 формирования			
проекта внешнеторгового			
контракта;			
Н1.4.9 осуществления			
проверки необходимой			
документации для			
заключения			
внешнеторгового			
контракта;			
Н1.4.10 подготовки			
процедуры подписания			
внешнеторгового			
контракта с контрагентом.			
Н1.5.1 подготовки			
документа о приемке			
результатов отдельного			
этапа исполнения			
контракта;			
Н1.5.2 сбора информации,			
документов по вопросам			
исполнения обязательств			
по внешнеторговому			
контракту;			
Н1.5.3 разработки плана-			
графика контрольных			
мероприятий по			
исполнению обязательств			
по внешнеторговому			
контракту;			
Н1.5.4 мониторинга			
отклонений от выполнения			
обязательств по			
внешнеторговому			
контракту;			
Н1.5.5 документальное			
оформление отклонений от			
выполнения обязательств			
по внешнеторговому			
контракту и организация			
претензионной работы;			
Н1.5.6 подготовка			
предложений по			
применению мер			
ответственности и			
совершению			
соответствующих действий			
в случае нарушения			
обязательств по			
внешнеторговому			
контракту.			
Н1.6.1 выполнения			
торгово-технологических			
операций, в том числе с			
использованием			
	ı		

	искусственного				
	интеллекта, гол	лосовых			
	помощников, чат-бо	отов для			
	обработки з	апросов			
	покупателей	c			
	максимальной скор	-			
		низации			
	торговли, в том	числе с			
	использованием к	амер и			
	алгоритмов распоз	навания			
	лиц для осущес				
	расчетов с покуп				
	-				
	1	менения			
	контрольно-кассово	ри			
	техники;				
	Н1.6.3 приемки тов	варов по			
	количеству и качест	гву;			
	соблюдения правил	• .			
	труда.	*			
	1 -FJA	Bcero		1	180
рпэс	Эпрацирания и одиност				100
ВД 2 С	•	гвление предпринимательской			
ПК 2.1.1	деятельности н H 2.1.1 составления	з сфере торговли	Тема 1.1	8	6
		1. Изучение и анализ рынка,		8	6
ПК 2.1.2	плана	выявление проблем и	Понятия и сущность		
ПК 2.1.3	маркетингового	формулирования целей	маркетинговых		
ПК 2.2.1	исследования	маркетингового исследования	исследований		
ПК 2.2.2	Н 2.1.2 согласования	2. Составление программы	Тема 1.2	6	6
ПК 2.2.3	плана проведения	маркетингового исследования	Сущность и		
ПК 2.3.1	маркетингового	исходя из поставленных целей и	содержание		
ПК 2.3.2	исследования	задач.	маркетинговой		
ПК 2.3.3	Н 2.1.3 определения		информационной		
ПК 2.4.1	инструментов		системы		
ПК 2.4.2	маркетинговых	3. Определение этапов проведения	Тема 1.3	6	6
ПК 2.4.3	исследований	маркетинговых исследования на	Типы маркетинговых		
ОК 01.1,	Н 2.2.1 подготовка	примере предприятия торговли.	исследований		
ОК 01.2,	предложений по	4. Определения маркетинговых	Тема 1.4	10	6
OK 01.3,	улучшению системы	инструментов, с помощью которых	Технология		
OK 02.1,	продвижения	будут получены комплексные	проведения		
OK 02.2,	товаров (услуг)	результаты исследования. Их	маркетинговых		
ОК 02.3,	организации	описание и назначение в ходе	исследований		
ОК 03.1,	Н 2.2.2	проведения маркетингового	внешней и		
ОК 03.2,	использования	исследования	внутренней среды		
ОК 03.3,	программных	5. Разработка плана проведения	Тема 1.8	8	6
OK 04.1,	продуктов в системе	маркетингового исследования	Обработка	U	U
OK 04.2,	продвижения	маркетингового исследования	результатов		
OK 04.3,	товаров (услуг)		маркетинговых		
OK 05.1,	организации		исследований		
OK 05.1,	Н 2.2.3 применения	6 Понок напрушной и плании.	Тема 1.7	8	6
OK 05.2,	различных	6. Поиск первичной и вторичной		0	O
OK 03.3, OK 07.1,	платформ в системе	маркетинговой информации.	Система выборочных		
OK 07.1,	продвижения		маркетинговых		
OK 07.2, OK 07.3,	товаров (услуг)	7 17	исследований	20	
OK 07.3, OK 09.1	организации	7. Проведения маркетингового	Тема 1.9	20	6
OK 09.1 OK 09.2	Н 2.3.1 проведения	исследования в установленные	Оформление отчета		
OK 09.2 OK 09.3	_	сроки с использованием	маркетинговых		
OK 09.3	сбора, мониторинга	инструментов комплекса	исследований		
	и систематизации	маркетинга и сквозных цифровых			
	ценовых	технологий:			
	показателей товаров	- исследования рынка			
	с использованием	(определение емкости рынка и			
	информационных	доли рынка);			

		T	T		
	интеллектуальных	- изучение потребителей			
	технологий	(исследование потребительских			
	H 2.4.1	привычек и предпочтений,			
	установления	процесса принятия решения о			
	конкурентных	покупке, уровня			
	преимуществ товара	удовлетворенности и лояльности			
	на внутреннем и	потребителей, сегментация			
	внешнем рынках	потребителей и выбор целевого			
	Н 2.4.2	сегмента);			
	установления	- исследование продукта			
	конкурентных	(тестирование концепции нового			
	преимуществ товара	товара, тестирование товара);			
	на внутреннем	- исследование цены			
	рынке	(чувствительности к цене,			
	Н 2.4.3	эластичности спроса по цене):			
	установления	<u> </u>			
	конкурентных	- исследования рекламы (тестирование рекламных			
	* *	1 ` 1			
	преимуществ товара				
	на внешнем рынке	исследование эффективности			
		рекламной кампании);	T 1.0	A	
		8. Выявление конкурентов	Тема 1.8	4	6
		исследуемого торгового	Обработка		
		предприятия. Определение	результатов		
		конкурентных преимуществ	маркетинговых		
		исследуемого торгового	исследований		
		предприятия на внутреннем и			
		внешних рынках;			
		9. Подготовка предложений по	Тема 1.9	6	6
		улучшению системы продвижения	Оформление отчета		
		товаров, повышения объемов	маркетинговых		
		продаж торговой организации	исследований		
		10. Оформление результатов	Тема 1.9	4	6
		маркетингового исследования	Оформление отчета		
			маркетинговых		
			исследований		
ПК 2.5.1	Н 2.5.1 разработка	1. Сбор информации о бизнес-	Тема 3.1	2	6
ПК 2.5.2	бизнес-плана	проблемах и определение	Предпринимательская		
ПК 2.5.3	деятельности	рисков предпринимательской	идея и ее выбор		
ПК 2.6.1	предпринимательск	1 1 1			
ПК 2.6.2	ой единицы, в том	единицы.			
ПК 2.6.3	числе с	2. Проведение Pest анализа,	Тема 3.2	4	6
ПК 2.7.1	применением	применение метода Ансоффа-	Технология,		
ПК 2.7.1	программных	Пинье для описания бизнес-	основные принципы и		
ПК 2.7.2	продуктов	модели предпринимательской	структура управления		
ПК 2.7.3	Н 2.5.2 разработка	единицы	бизнесом		
ПК 2.8.1	бизнес-плана	3. Выполнение отдельных этапов	Тема 3.2	2	6
ПК 2.8.2	деятельности	разработки бизнес-плана:	Технология,		
OK 01.1,	предпринимательск		основные принципы и		
OK 01.1, OK 01.2,	ой единицы		структура управления		
OK 01.2, OK 01.3,	ол одиницы		бизнесом		
OK 01.3, OK 02.1,		4. Составление визитки команды	Тема 3.2	2	6
OK 02.1, OK 02.2,			Технология,		
OK 02.2, OK 02.3,			основные принципы и		
			структура управления		
OK 03.1,			бизнесом		
OK 03.2,		5. Построение организационной	Тема 3.2	2	6
OK 03.3,		структуры управления	Технология,		
OK 04.1,		предпринимательской единицы	основные принципы и		
OK 04.2,		1 ,, 1	структура управления		
OK 04.3,			бизнесом		
ОК 05.1,		6. Определение целевой аудитории	Тема 3.3	2	6
		эпределение пелевои аудиновии	1 CIVIU J.J	<u>~</u>	U
ОК 05.2,			Бизнес-план и его		
		по методу Шеррингтона.	Бизнес-план и его роль в современном		

OK 07.1,		продприни котоли отро		
	7 П	предпринимательстве	2	
OK 07.2,	7. Построение модели	Тема 3.3	2	6
OK 07.3,	Остервальдера	Бизнес-план и его		
OK 09.1		роль в современном		
OK 09.2		предпринимательстве		
ОК 09.3	8. Определение бизнес-процессов	Тема 3.7	2	6
	и составление схемы оказания	Технология		
	услуг	разработки разделов		
		бизнес-плана		
		предпринимательской		
		единицы		
	9. Разработка и заполнение	Тема 3.8	4	6
	финансовой модели	Финансовое		
	деятельности	моделирование		
	предпринимательской единицы,	деятельности		
		предпринимательской		
	в том числе с применением	единицы		
	специализированных	, ,		
	программных продуктов			
	10. Заполнение нормативов для	Тема 3.8	4	6
	проведения экономических	Финансовое		
	расчетов	моделирование		
		деятельности		
		предпринимательской		
		единицы		
	11. Составление бюджета	Тема 3.9.	2	6
	инвестиций на приобретение	Методы оценки	2	O
	оборудования	эффективности		
	оборудования	инвестиционного		
		'		
	12 Parray	проекта	2	-
	12. Расчет потребности в	Тема 3.9.	2	6
	оборотном капитале. Прочие	Методы оценки		
	расходы стартового периода.	эффективности		
		инвестиционного		
		проекта		
	13. Расчеты цен и себестоимости.	Тема 2.6	2	6
		Политика цен и		
		стратегия		
		ценообразования		
	14. Составление плана продаж в	Тема 2.6	2	6
	натуральном и стоимостном	Политика цен и		
	выражении	стратегия		
	<u> </u>	ценообразования		
	15. Составление плана переменных	Тема 2.3	2	6
	расходов	Основные	_	~
	1 // -	ценообразующие		
		факторы,		
		учитываемые при формировании цен		
		торговых		
	16 Pagy	предприятий	2	
	16. Расчет точки безубыточности	Тема 2.3	2	6
		Основные		
		ценообразующие		
		факторы,		
		учитываемые при		
		формировании цен		
		торговых		
		предприятий		
	17. Составление бюджета доходов	Тема 2.2	4	6
	и расходов	Методы		
	1 /3	ценообразования		
	18. Составление бюджета		2	6
L L	то. Составление оюджета	1 Onia 2.0	<i>-</i>	U

		движения денежных средств	Политика цен и		
			стратегия		
			ценообразования		
		19. Составление прогнозного	Тема 2.6	2	6
		баланса	Политика цен и		
			стратегия		
			ценообразования		
		20. Определение и обоснование	Тема 3.5	2	6
		источников финансирования	Основные источники	_	Ü
		нето шиков финансирования	финансирования		
			предпринимательской		
			единицы		
		21. Расчеты процентов за	Тема 3.5	2	6
		21. Расчеты процентов за пользование заемными средствами	Основные источники	2	U
		и составление графика возврата			
			финансирования		
		заемных средств	предпринимательской		
		22 P	единицы	2	
		22. Расчет дисконтированного	Тема 3.5	2	6
		периода окупаемости проекта	Основные источники		
		(DiscountedPaybackPeriod)	финансирования		
			предпринимательской		
			единицы		
		23. Расчет чистой текущей	Тема 3.6	2	6
		стоимости проекта	Анализ и оценка		
		(NetPresentValue)	рисков		
		24. Расчет внутренней нормы	Тема 3.6	2	6
		доходности проекта	Анализ и оценка		
		(InternalRateofReturn)	рисков		
		25. Расчет индекса прибыльности	Тема 3.6	2	6
		проекта (IndexofProfitability)	Анализ и оценка		
			рисков		
		26. Расчеты других значимых	Тема 3.6	2	6
		показателей (ARR, MIRR, ROE,	Анализ и оценка		
		ROI, EBIT, EBITDA)	рисков		
		27. Разработка мероприятий по	Тема 3.6	4	6
		повышению эффективности	Анализ и оценка	•	
		предпринимательской	рисков		
		деятельности	рпекев		
		ИТОГО		144	
	ВЛ 3 Опганизания	я и осуществление интернет-маркет	инга (по выбору)	1 177	
ПК 3.1.1,	Н 3.1.1 проведения	1. Проведение технического	Тема 1.2 Проведение	10	6
ПК 3.1.1,	технического	анализа аудируемого веб-сайта.	маркетинговых	10	J
ПК 3.1.2,	анализа	апытиза аудирусмого всо-саита.	исследований в сети		
ПК 3.1.3,	анализа аудируемого веб-		«Интернет»		
ПК 3.2.1,	сайта	2. Проведение базового аудита	Тема 1.2 Проведение	10	6
ПК 3.2.2,	Н 3.1.2 проведения	гроведение оазового аудитаэргономичности (юзабилити)	маркетинговых	10	U
OK 01.1,	_	аудируемого веб-сайта.	исследований в сети		
OK 01.1, OK 01.2,	базового аудита эргономичности	аудируемого всо-саита.	' '		
OK 01.2, OK 01.3,	(юзабилити)	2 Augus Hoverens * n	«Интернет» Тема 1.1 Интернет-	10	
OK 01.3, OK 02.1,		3. Анализ поисковой выдачи.		10	6
OK 02.1, OK 02.2,	аудируемого веб- сайта		маркетинг как новая		
OK 02.2, OK 02.3,	Н 3.2.1 анализа		форма организации		
OK 02.3, OK 09.3	поисковой выдачи;		рыночной		
OK 09.3	поисковои выдачи;	4 4	деятельности	10	
		4. Анализ веб-сайтов конкурентов	Тема 2.1 Основы веб-	12	6
		из поисковой выдачи.	аналитики	0	
		5. Анализ поведения	Тема 1.4	8	6
		пользователей при поиске	Организация и		
		необходимой информации в	проведение		
		информационно-	рекламных кампании		
		телекоммуникационной сети	в социальных медиа		
		«Интернет»	для привлечения		
	Ť.	İ	пользователей в		

			интернет-сообщество		
		6. Определение стратегии поискового продвижения.	Тема 1.3 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет	8	6
		7. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении	Тема 1.3 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет	8	6
		8. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	Тема 1.3 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет	8	6
ПК 3.3.1, ПК 3.3.2, ПК 3.3.3,	Н 3.3.1 определения стратегии продвижения в	1. Определение стратегии продвижения в социальных сетях	Тема 1.5 Анализ эффективности в интернет-маркетинге	10	6
ПК 3.4.1, ПК 3.4.2, ПК 3.4.3, ПК 3.5.1, ПК 3.5.2, ПК 3.5.3,	социальных сетях; Н 3.4.1 размещения рекламных объявлений в социальных медиа информационно-	2. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	Тема 2.2 Анализ готовности веб-сайта к продвижению	12	6
OK 01.1, OK 01.2, OK 01.3, OK 02.1, OK 02.2, OK 02.3,	телекоммуникацион ной сети «интернет»; Н 3.5.1 разработки лендинга	3. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	Тема 2.2 Анализ готовности веб-сайта к продвижению	12	6
ОК 09.3		4. Разработка лендинга	Тема 2.1 Основы веб- аналитики	12	6
		5. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы	Тема 2.3 Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационн ой сети «Интернет»	18	6
ПК 3.6.1, ПК 3.6.2, ПК 3.6.3 ОК 01.1,	Н 3.6.1 анализа показателей эффективности проведения	1. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании	Тема 1.5 Анализ эффективности в интернет-маркетинге	18	6

ОК 01.2,	рекламной	2. Составление отчетов по	Тема 1.5 Анализ	24	6
ОК 01.3,	кампании;	результатам работы выделения	эффективности в		
ОК 02.1,	Н 3.6.2 составления	сегментов целевой аудитории.	интернет-маркетинге		
ОК 02.2,	отчетов по				
ОК 02.3,	результатам				
OK 09.3	выделения				
	сегментов целевой				
	аудитории				
		ИТОГО			180

3 ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКОЙ

Проведение производственной практики осуществляется на основе договоров о сотрудничестве с профильными организациями и МГТУ, в соответствии с областью профессиональной деятельности по реализации ППССЗ.

Организацию и руководство практикой осуществляют руководители практики от МпК и от профильной организации.

Сроки проведения производственной практики устанавливаются на основании учебных планов и календарных учебных графиков.

В соответствии с календарным учебным графиком до начала практики готовится приказ о практике на каждую учебную группу с указанием руководителя, закрепления каждого обучающегося за организацией, а также вида и сроков практики.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Обучающиеся, заключившие с предприятием договор о целевой подготовке, проходят практику на этих предприятиях.

Перед началом производственной практики проводится организационное собрание с целью ознакомления обучающихся с приказом, выдачи задания на практику, оформления необходимой документации, правилами техники безопасности, сроками отчетности.

1. РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ ОТ КОЛЛЕДЖА ОБЯЗАН:

- распределить обучающихся по рабочим местам или по профильным организациям;
- до выхода на практику провести работу по заключению договоров о практической подготовке на период практики;
- оформить до выхода на практику документацию в соответствии с требованиями организации (пропуск, медицинская книжка и т.д.);
- провести организационное собрание по практике за день до выхода на практику, довести до Вас цели и задачи практики, выдать необходимые документы, индивидуальные задания, требования к содержанию и срокам практики, к структуре отчета по практике и срокам его предоставления;
- провести инструктаж по охране труда в установленном порядке, под подпись в журнале регистрации инструктажа по охране труда;
- реализовывать или контролировать реализацию рабочей программы практики и выполнять условия проведения практики, в том числе требования охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе отраслевыми;
- своевременно ставить руководство колледжа в известность об отсутствии обучающихся на рабочих местах;
- доводить информацию об итогах практики до методиста практической подготовки, заведующего отделением/ОПЦ;
- установить связь с наставником от предприятия/организации и обеспечить контроль сроков практики и её содержания, используя различные формы.

2. РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ ОТ ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ:

- обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, осуществляют контроль соблюдения обучающимися графика проведения практики, правил внутреннего распорядка и трудовой дисциплины, привлекают его к общественной жизни коллектива и выполнению поручений, соответствующих видам будущей профессиональной деятельности;
- при наличии в профильной организации вакантных должностей предоставляет рабочие места обучающимся;
- предоставляет информацию, необходимую для выполнения обучающимся индивидуального задания по практике и дает заключение по отчету с оценкой работы обучающихся.
- своевременно информируют руководителя практики от МпК о нарушениях обучающимися трудового распорядка предприятия: прогулах, опозданиях и иных нарушениях трудовой дисциплины;
- по результатам производственной практики дают рекомендации по трудоустройству обучающихся в процессе и/или после завершения обучения в структурные подразделения профильной организации.

3. ВО ВРЕМЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ ОБУЧАЮЩИЙСЯ ОБЯЗАН:

- прибыть на практику в сроки, установленные приказом ректора, имея при себе необходимый пакет документов (задание на практику, направление и т.д.);
 - выполнить задания по практике в полном объеме и в установленные сроки;
- подчиняться действующим на предприятии, в учреждении правилам внутреннего трудового распорядка, соблюдать правила и нормы ОТ, производственной санитарии и пожарной безопасности;
 - нести ответственность за выполненную работу и ее результаты;
- сдать отчет по практике в установленные сроки руководителю практики от МпК в соответствии с требованием настоящих рекомендаций.

Обучающийся имеет право на регламентированный рабочий день: продолжительность рабочего дня обучающегося в возрасте от 16 до 18 лет — не более 36 часов в неделю; в возрасте от 18 лет и старше - не более 40 часов в неделю; для обучающихся, являющихся инвалидами I или II группы, - не более 35 часов в неделю (ст. 92 ТК РФ).

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

По окончании производственной практики обучающийся предоставляет отчет.

Формой промежуточной аттестации по производственной практике является зачет. Зачет выставляется при условии положительного аттестационного листа по практике об уровне освоения ОК и ПК, заполненного руководителями практики от организации и колледжа, отчета по практике в соответствии с заданием на практику.

Документом, подтверждающим качество выполненных работ при прохождении практики, является отчет.

Критерии оценки отчета по учебной практике:

- соответствие содержания отчета программе прохождения практики;
- отчет собран в полном объеме;
- структурированность (четкость, нумерация страниц, подробное оглавление отчета);
- оформление отчета;
- индивидуальное задание раскрыто полностью;
- не нарушены сроки сдачи отчета.

Во время прохождения производственной практики обучающийся осваивает должность специалиста торгового дела в соответствии с ФГОС СПО и и требованием работодателя.

Оценка производственной практики осуществляется на основе анализа предусмотренных форм отчетности и экспертного оценивания запланированных результатов обучения: практического опыта и соответствующих общих и профессиональных компетенций, в том числе с учетом и(или) на основании результатов:

-текущего контроля видов работ, осуществляемого руководителями практики в процессе проведения практики;

прохождения практики обучающимся, подтвержденных документами организаций/предприятий проведения практики.

Код	ИДК компетенции	Навык	Оценочные средства
код ПК/ОК	идк компетенции	Павык	для промежуточной
IIK/OK			аттестации
	ВЛ 1 Опганизация	и осуществление торговой деятель	
ПК 1.1	ПК 1.1.1 Поиск и систематизация	Н1.1.1 поиска и систематизации	Отчет по практике. Дневник по
ПК1.2	открытых источников	открытых источников	практике
ПК1.3	информации о внутренних и	информации о внутренних и	Проверить необходимую
ПК1.4	внешних рынках для сбыта	внешних рынках для сбыта	документацию для заключения и
ПК1.5	товарной продукции	товарной продукции;	подписания торгового контракта.
ПК1.6	ПК 1.1.2 Проведение анализа и	Н1.1.2 проведение анализа и	Составить закупочную
OK 01	оценки объема спроса на	оценки объема спроса на	документацию,
OK02	товарную продукцию	товарную продукцию	Дать оценку результатов
OK 03	организации на внутренних и	организации на внутренних и	закупочной процедуры.
ОК04 ОК09	внешних рынках ПК 1.1.3 Обеспечение обработки,	внешних рынках;	
OKU9	формирования и хранения	H1.1.3 обработки, формирования и хранения данных, информации,	
	данных, информации,	документов, в том числе	
	документов	полученных от поставщиков	
	ПК 1.2.1 Осуществление	(подрядчиков, исполнителей);	
	мониторинга поставщиков	Н1.1.4 составления перечня	
	(подрядчиков, исполнителей) и	требований внешних рынков к	
	заказчиков в сфере закупок	товарной продукции организации;	
	ПК 1.2.2 Установление контактов	Н1.1.5 подготовки рекомендаций	
	с деловыми партнерами и	по омологации товарной	
	оформление договоров с	продукции по итогам анализа	
	поставщиками и потребителями товаров и услуг	требований определенного внешнего рынка;	
	ПК 1.2.3 Составление деловых	внешнего рынка, H1.1.6 проведения анализа	
	писем, предложений, заказов на	конъюнктуры и емкости товарных	
	поставку товаров, проведение	рынков, мониторинга внугренних	
	безналичных расчетов	и внешних рынков;	
	ПК 1.3.1 Формирование	подготовки аналитических	
	начальной (максимальной) цены	документов по конкурентным	
	закупки, описание объекта	преимуществам продукции	
	закупки, требований к участнику	организации на внешних рынках H1.2.1 оформления договоров с	
	закупки, порядка оценки участников, проекта контракта	поставщиками и потребителями	
	ПК 1.3.2 Составление и	товаров и услуг;	
	оформление закупочной	Н1.2.2 мониторинга поставщиков	
	документации, осуществление ее	(подрядчиков, исполнителей) и	
	проверки для проведения	заказчиков в сфере закупок;	
	закупочной процедуры,	Н1.2.3 установления контактов с	
	организационно-технического	деловыми партнерами,	
	обеспечения деятельности	заключения договоров,	
	закупочных комиссий, оценки	предъявления претензий; H1.2.4 составления деловых	
	результатов и подведение итогов закупочной процедуры	Н1.2.4 составления деловых писем, предложений, заказов на	
	ПК 1.3.3 Организация	поставку товаров, проведения	
	осуществления оплаты	безналичных расчетов	
	поставленного товара,	Н1.3.1 формирования начальной	
	выполненной работы, оказанной	(максимальной) цены закупки,	
	услуги	описания объекта закупки,	
	ПК 1.4.1 Направление запросов,	требований к участнику закупки,	
	приглашений и информации	порядка оценки участников,	
	потенциальным участникам	проекта контракта; H1.3.2 составления и оформления	
	внешнеторгового контракта и проведение предварительного	закупочной документации,	
	анализа поступающих	осуществления ее проверки для	
	коммерческих предложений,	проведения закупочной	
	запросов от потенциальных	процедуры, организационно-	
	партнеров на внешних рынках	технического обеспечения	

ПК 1.4.2 Осуществление	деятельности закупочных
проверки необходимой	комиссий, оценки результатов и
документации для заключения	подведение итогов закупочной
внешнеторгового контракта	процедуры;
ПК 1.4.3 Формирование проекта	Н1.3.3 осуществления подготовки
внешнеторгового контракта и	протоколов заседаний
подготовка процедуры	закупочных комиссий на
подписания внешнеторгового	основании решений, принятых
контракта с контрагентом	членами комиссии по
ПК 1.5.1 Осуществление сбора	
•	осуществлению закупок;
информации, документов по	Н1.3.4 публичного размещения
вопросам исполнения	полученных результатов;
обязательств по	осуществления проверки
внешнеторговому контракту	необходимой документации для
ПК 1.5.2 Разработка плана-	заключения контрактов и
графика контрольных	процедуры подписания контракта
мероприятий по исполнению	с поставщиками (подрядчиками,
обязательств по	исполнителями);
внешнеторговому контракту	Н1.3.5 публичного размещения
ПК 1.5.3 Обеспечение	отчетов, информации о
мониторинга и документального	неисполнении контракта, о
оформления отклонений от	санкциях, об изменении или о
выполнения обязательств по	расторжении контракта, за
внешнеторговому контракту и	исключением сведений,
организация претензионной	составляющих государственную
работы	тайну;
ПК 1.6.1 Выполнение торгово-	Н1.3.6 организации
технологических операций, в том	осуществления оплаты
числе с использованием	поставленного товара,
искусственного интеллекта,	выполненной работы (ее
голосовых помощников, чат-	результатов), оказанной услуги, а
ботов для обработки запросов	также отдельных этапов
покупателей с максимальной	исполнения контракта, денежных
	сумм по банковской гарантии в
скоростью	
ПК 1.6.2 Организация торговли и	
приемки товаров по количеству и	организации возврата денежных
качеству	средств, внесенных в качестве
ПК 1.6.3 Соблюдение правил	обеспечения исполнения заявок
охраны труда	или обеспечения
ОК 01.1 Определяет	Н1.4.1 направления запросов,
профессиональную задачу с	приглашений и информации
учетом профессионального и	потенциальным участникам
социального контекста,	внешнеторгового контракта;
составляет план действий для её	Н1.4.2 проведения
решения, реализует его, в том	предварительного анализа
числе с учётом изменяющихся	поступающих коммерческих
условий, и оценивает результаты	предложений, запросов от
решения профессиональной	потенциальных партнеров на
задачи	внешних рынках;
ОК 01.2 Осуществляет поиск	Н1.4.3 составления списка
информации, необходимой для	отклонений от приемлемых
решения задачи и/или проблемы	условий внешнеторгового
01/ 02 1 0	-
ОК 02.1 Определяет задачи и	контракта (перечень
источники поиска в заявленных	контракта (перечень разногласий);
источники поиска в заявленных условиях	контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального
источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и	контракта (перечень разногласий); H1.4.4 документального оформления результатов
источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую	контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям
источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую информацию, оформляет	контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую информацию, оформляет результаты поиска информации	контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям
источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую информацию, оформляет	контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую информацию, оформляет результаты поиска информации	контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; Н1.4.5 подготовки сводных
источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую информацию, оформляет результаты поиска информации ОК 02.3 Использует	контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; Н1.4.5 подготовки сводных отчетов и предложений о
источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую информацию, оформляет результаты поиска информации ОК 02.3 Использует информационные технологии и	контракта (перечень разногласий); H1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; H1.4.5 подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на

ПК

1.4.2

Осуществление

деятельности

профессиональных задач потенциальных партнеров ОК 03.1 Владеет содержанием заключения внешнеторгового актуальной нормативноконтракта; Н1.4.7 обработки, формирования, правовой документации профессиональной деятельности, хранения информации и данных современной научной об участниках внешнеторгового профессиональной контракта; H1.4.8 формирования проекта терминологией ОК 03.2 Определяет внешнеторгового контракта; Н1.4.9 осуществления проверки выстраивает траектории собственного профессионального необходимой документации для развития и самообразования заключения внешнеторгового ОК 09.1Осуществляет контракта; коммуникацию Н1.4.10 подготовки процедуры (устную письменную) подписания внешнеторгового государственном и иностранном контракта с контрагентом. языке Н1.5.1 подготовки документа о ОК 09.3 Извлекает необходимую приемке результатов отдельного информацию из документации по этапа исполнения контракта; профессиональной тематике H1.5.2 сбора информации, вопросам документов по исполнения обязательств внешнеторговому контракту; Н1.5.3 разработки плана-графика контрольных мероприятий исполнению обязательств внешнеторговому контракту; Н1.5.4 мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; H1.5.5 документальное оформление отклонений ОТ выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; Н1.5.6 подготовка предложений применению ответственности и совершению соответствующих действий случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту. H1.6.1 выполнения торговотехнологических операций, в том числе использованием c интеллекта, искусственного голосовых помощников, ботов для обработки запросов покупателей c максимальной скоростью; Н1.6.2 организации торговли, в том числе с использованием алгоритмов камер И распознавания лиц для осуществления расчетов покупателями без применения контрольно-кассовой техники;

ВД 2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

количеству и качеству;

соблюдения правил охраны труда.

Н1.6.3 приемки

товаров

ПК 2.1 ПК 2.1.1 Планирование Нг 2.1.2 составления проведения маркетнигового исследования Маркетнигового исследования Маркетнигового исследования Маркетнигового исследования Маркетнигового исследования Маркетнигового исследования Маркетнигового Моб Состадования Маркетнигового Моб Ик 2.1.3 Проведение Маркетнигового Моб Ик 2.1.3 Проведение Маркетнигового Моб Маркетнигового Маркетниг			
ПК2.3 пследования пкустановаетия маркетингового окога проведения маркетингового исследования, установление спотьзованием и требований и проведению маркетингового окоб окомилекса маркетингового исследования инструментов маркетингового исследований инструментов маркетинго окомилекса продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продрижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.3 Проведение системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.2 Проведение системетизации пеновых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализатекущей рыпочной коньонстуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимущеть товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимущеть товара на внешнем рынке ОК 01.1 Отределяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для ефременных префессионального задачи оК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной источники поиска в заявленных работы в профессиональной и смежных ферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных и источники поиска в заявленных и источники поиска в заявленных постанаться поиск информации, необходимой для решения задачи и источники поиска в заявленных работы в профессиональной и смежных ферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных пременения помежения ображения по пременения профессиональной системеннового поиска пременения профессиональной системеннований продежения профессиональной		_	Н 2.1.1 составления п.
ПК 2.1.2 Подготовка процесса проведения маркетинго окого исследования, установление сроков и требований к проведении сроков и требований к проведении маркетингового исследования проведение проредение и маркетингова комплекса маркетинга ПК 2.2.1 Проведение предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программым продъижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение программым продъижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.2 Промедение системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.3 Использованием и мениторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использованием информационных интеглектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использованием информационных интеглектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение конкурентных преимущ товара на внутрением и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимущ товара на внешием рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимущ говара на внешием рынке ОК 01.1 Определяет трофессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной для решения задачи и/или проблемы ОК 01.1 Определяет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных объема профессиональной и соточники поиска в заявленных объема пределяет поиск информации и профессиональной и соточники поиска в заявленных объема пределяет поиск информации необходимой для решения задачи и источники поиска в заявленных поточники поиска в заявлены		-	l*
ОК 01 проведения маркетингового установление сроков и требований к проведение окоро исспедования трофований к проведение окоро исспедования проредение окоро исспедования проредение окоро исспедования инструментов инструментов комплекса маркетинговых исследований с исспедований и Негориментов комплекса маркетинга предложения говаров (услуг) организации программных продижения товаров (услуг) организации программных продижения товаров (услуг) организации пк 2.2.2 Применение программных продижения товаров (услуг) организации пк 2.2.3 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров пк 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров пк 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий пк 2.4.1 Проведение анализатекущей рыночной коньонктуры на внутреннем и внеги инжерния и преимущетовара на внутреннем рынке пк 2.4.3 Установление конкурентных преимущеть товара на внутреннем рынке пк 2.4.3 Установление конкурентных преимущеть товара на внутреннем рынке пк 2.4.3 Установление конкурентных преимущеть товара на внутреннем рынке пк 2.4.3 Установление конкурентных преимущеть товара на внитреннем рынке ок 0 1.1 Отределяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует сто, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессионального задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи ийли проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной исследования и исстедования институтывам пределяет поиск информации, необходимой для решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения профессиональной исстечники поиска в заявленных об 0.2.1 Определяет задачи и истечники поиска в заявленных			
ОКО2 нсследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования проведению маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продрижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.4.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров пК 2.4.1 Проведение систематизации проформационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение нанализа текущей рыпочной копьюнстуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешение рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения действий для её решения профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения профессиональной задачи ок 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной исмежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		=	1 ''
ОКОЗ оков и требований к окон проведению исспедования пиструментов маркетинго оконо маркетингового исспедования пиструментов комплекса маркетинга ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение программных продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систементоризмения товаров ПК 2.3.2 Проведение систементоризмения показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыпочной коньонктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимущ товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимущ говара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимущ говара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует сто, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует сто, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и истечники поиска в заявленных		-	
ОКО4 проведению маркетингового исследований исследования об исперования исследований с использованием инструментов комплекса маркетинта предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение протраммных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинта и систематизации продвижения товаров (услуг) организации пК 2.3.1 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.4.3 Использованием информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внугрением и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимущтовара на внугрением рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внигреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внигреннем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом ирофессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной исмежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			1
ОКО5 (ОКО9) исследования (ПК 2.1.3 Проведение инструментов комплекса маркетинга ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализатекущей рыночной коньонктуры на внутрением и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессионального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессионального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения профессионального контекста, составляет план действий для её решения профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения профессионального и социального и соц			
ПК 2.1.3 Проведение организации и делональную в систем продвижения товаров (услуг) организации программных продвижения товаров (услуг) организации программных продвижения товаров (услуг) организации пк 2.2.2 Применение программных продвижения товаров (услуг) организации пк 2.2.3 Применение программных продвижения товаров (услуг) организации пк 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации пк 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров пк 2.3.2 Проведение скотем продвижения продвижения продвижения продвижения продвижения показателей товаров пк 2.3.2 Проведение скотем продвижения продвижения показателей товаров пк 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий пк 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках пк 2.4.2 Установление конкурентных преимущ товара на внутреннем рынке пк 2.4.3 Установление конкурентных преимущетовара на внутреннем рынке ок 0.1.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники попска в заявленных		_	
маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинта ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинта ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение сбора и мониторинта ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимущ товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимущ товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники пойска в заявленных		* *	_
использованием инструментов комплекса маркетинта ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинта ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа техущей рыночной коньонструвы на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и сопиального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачии ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.2 Пределяет задачи и источники поиска в заявленных		1 7	, · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
комплекса маркетинга ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинита и систематиза показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение стематизации пеновых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной контьюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимущ товара на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирурет навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных	31107	-	
ПК 2.2.1 Разработка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продвуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа техущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального и социальн			770 0 0
показателей товаров (услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга псистематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внитреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		=	программных продуктов
(услуг) организации ПК 2.2.2 Применение программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньонктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		предложений по улучшению	системе продвижения тов
ПК 2.2.2 Применение программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		системы продвижения товаров	(услуг) организации
программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации пК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа техущей рыночной конъонктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внугреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внугреннем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения задачи и/или проблемы ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		(услуг) организации	Н 2.2.3 применения различ
пистеме продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа техущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимущетв товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для сё решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и источники поиска в заявленных		ПК 2.2.2 Применение	платформ в системе продвиже
(услуг) организации ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимущ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и сопиального контекста, составляет план действий для её решения реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		программных продуктов в	
ПК 2.2.3 Применение различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		-	<u> </u>
платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ПК 2.4.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует ето, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			<u> </u>
продвижения товаров (услуг) организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		= =	•
организации ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует сето, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
ПК 2.3.1 Проведение сбора и мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
мониторинга ценовых показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			l
показателей товаров ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			1
ПК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной конъюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		*	1 1
показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		_ -	
показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		± ''	1
ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	1
информационных интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
интеллектуальных технологий ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
ПК 2.4.1 Проведение анализа текущей рыночной коньюнктуры на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		1 1 '	1
на внутреннем и внешних рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
рынках ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внугреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		текущей рыночной конъюнктуры	
ПК 2.4.2 Установление конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		на внутреннем и внешних	
конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
товара на внугреннем рынке ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
ПК 2.4.3 Установление конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
товара на внешнем рынке ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
ОК 01.1 Определяет профессионального и учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		· · ·	
социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		1 1	
решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		l '	
числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		решения профессиональной	
информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных		задачи	
решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
работы в профессиональной и смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных			
источники поиска в заявленных			
		_	
условиях			
		условиях	<u> </u>

2.1.1 плана составления маркетингового исследования H2.1.2 согласования плана проведения маркетингового исследования H2.1.3 определения маркетинговых инструментов исследований Н 2.2.1 подготовка предложений улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации H2.2.2 использования программных продуктов системе продвижения товаров (услуг) организации Н 2.2.3 применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации 2.3.1 проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров с использованием информационных интеллектуальных технологий H2.4.1 установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешнем

установления

преимуществ

установления

преимуществ

Отчет по практике. Дневник по практике Изучить потребителей (исследование потребительских предпочтений, привычек И процесса принятия решения о уровня покупке, удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента) продукт (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); эффективность Исследовать рекламной кампании торговой организации. Подготовить предложения по улучшению системы продвижения товаров, повышения продаж объемов торговой организации.

ОК 02.2 Анализирует и	
структурирует получаемую	
информацию, оформляет	
результаты поиска информации	
ОК 02.3 Использует	
•	
информационные технологии и	
современное программное	
обеспечение при решении	
профессиональных задач	
ОК 03.1 Владеет содержанием	
актуальной нормативно-	
правовой документации в	
профессиональной деятельности,	
современной научной	
профессиональной	
терминологией	
ОК 03.2 Определяет и	
выстраивает траектории	
собственного профессионального	
развития и самообразования	
ОК 03.3 Определяет	
возможности осуществления	
предпринимательской	
деятельности в	
профессиональной отрасли	
ОК 04.1 Планирует деятельность	
членов команды и распределяет	
роли	
ОК 04.2 Взаимодействует с	
коллегами, руководством, в ходе	
профессиональной деятельности	
ОК 04.3 Применяет навыки	
управления проектами	
ОК 05.1 Осуществляет устное	
общение в профессиональной	
деятельности в соответствии с	
нормами русского языка	
ОК 05.2 Оформляет документы о	
профессиональной тематике на	
государственном языке	
ОК 05.3 Использует стандартный	
набор коммуникационных	
технологий для обмена	
информацией в	
профессиональной деятельности	
ОК 07.1 Осуществляет	
профессиональную деятельность	
в соответствии с нормами	
экологической безопасности,	
правилами по охране труда и	
технике безопасности в	
профессиональной деятельности	
ОК 07.2 Осуществляет	
профессиональную деятельность	
с соблюдением принципов	
бережливого производства	
ОК 07.3 Планирует свои	
действия в условиях	
чрезвычайной ситуации	
ОК 09.1 Осуществляет	
коммуникацию (устную и	
письменную) на	
государственном и иностранном	
JAmper Zermon in infoot parintom	

	T	Т	Т
	языке		
	ОК 09.2 Переводит (со словарем)		
	тексты профессиональной		
	направленности		
	ОК 09.3 Извлекает необходимую		
	информацию из документации по		
	профессиональной тематике		
ПК 2.5	ПК 2.5.1 Применение норм	Н 2.5.1 разработка бизнес-плана	Отчет по практике. Дневник по
ПК2.6	российского законодательства в	деятельности	практике
ПК2.7	области регулирования	предпринимательской единицы, в	Разработать бизнес-план для
ПК2.8	предпринимательской	том числе с применением	торговой организации.
OK 01	деятельности	программных продуктов	Разработать мероприятия по
ОК02	ПК 2.5.2 Использование	Н 2.5.2 разработка бизнес-плана	повышению эффективности
OK02	информации	деятельности	предпринимательской
OK03	специализированных сайтов для	предпринимательской единицы	деятельности.
OK05	организации работы по	предпринимательской единицы	деятельности.
ОК03	составлению бизнес-плана		
ОК09	ПК 2.5.3 Разработка бизнес-		
	плана и финансовой модели		
	деятельности		
	предпринимательской единицы,		
	в том числе с применением		
	программных продуктов		
	ПК 2.6.1 Сбор и анализ исходных		
	данных, необходимых для		
	расчета экономических и		
	финансово-экономических		
	показателей, характеризующих		
	предпринимательскую		
	деятельность организации		
	ПК 2.6.2 Оформление		
	результатов бизнес-анализа в		
	соответствии с выбранными		
	подходами		
	ПК 2.6.3 Расчёт показателей		
	эффективности		
	предпринимательской		
	деятельности, в том числе с		
	применением программных		
	продуктов		
	ПК 2.7.1 Разработка мер по		
	обеспечению режима экономии,		
	повышению режима экономии, повышению рентабельности		
	производства,		
	-		
	конкурентоспособности		
	выпускаемой продукции		
	ПК 2.7.2 Разработка мер по		
	оптимальному использованию		
	материальных, трудовых и		
	финансовых ресурсов		
	организации		
	ПК 2.7.3 Предложение		
	организационно-управленческих		
	решений для повышения		
	экономической эффективности		
	деятельности организации		
	ПК 2.8.1 Обеспечение сбора		
	информации о бизнес-проблемах		
	ПК 2.8.2 Проведение анализа		
	информации о бизнес-проблемах		
	ПК 2.8.3 Определение рисков		
	предпринимательской единицы		
	ОК 01.1 Определяет		
	•		

профессиональную задачу с	
учетом профессионального и	
социального контекста,	
составляет план действий для её	
решения, реализует его, в том	
числе с учётом изменяющихся	
условий, и оценивает результаты	
решения профессиональной	
задачи	
ОК 01.2 Осуществляет поиск	
информации, необходимой для	
решения задачи и/или проблемы	
ОК 01.3 Демонстрирует навыки	
работы в профессиональной и	
смежных сферах	
ОК 02.1 Определяет задачи и	
источники поиска в заявленных	
условиях	
ОК 02.2 Анализирует и	
структурирует получаемую	
информацию, оформляет	
результаты поиска информации ОК 02.3 Использует	
информационные технологии и	
современное программное	
обеспечение при решении	
профессиональных задач	
ОК 03.1 Владеет содержанием	
актуальной нормативно-	
правовой документации в	
профессиональной деятельности,	
современной научной	
профессиональной	
терминологией	
ОК 03.2 Определяет и	
выстраивает траектории	
собственного профессионального	
развития и самообразования	
ОК 03.3 Определяет	
возможности осуществления	
предпринимательской	
деятельности в	
профессиональной отрасли	
ОК 04.1 Планирует деятельность членов команды и распределяет	
роли	
ОК 04.2 Взаимодействует с	
коллегами, руководством, в ходе	
профессиональной деятельности	
ОК 04.3 Применяет навыки	
управления проектами	
ОК 05.1 Осуществляет устное	
общение в профессиональной	
деятельности в соответствии с	
нормами русского языка	
ОК 05.2 Оформляет документы о	
профессиональной тематике на	
государственном языке	
ОК 05.3 Использует стандартный	
набор коммуникационных	
технологий для обмена	
информацией в	
профессиональной деятельности	

	ОК 07.1 Осуществляет профессиональную деятельность в соответствии с нормами экологической безопасности, правилами по охране труда и технике безопасности в профессиональной деятельности ОК 07.2 Осуществляет профессиональную деятельность с соблюдением принципов бережливого производства ОК 07.3 Планирует свои действия в условиях чрезвычайной ситуации ОК 09.1 Осуществляет коммуникацию (устную и письменную) на государственном и иностранном языке ОК 09.2 Переводит (со словарем) тексты профессиональной направленности ОК 09.3 Извлекает необходимую информацию из документации по профессиональной тематике		(va ny fany)
ПИ 2.1		ществление интернет-маркетинга	
ПК 3.1. ПК 3.2. ОК 01. ОК 02. ОК04 ОК 09	ПК 3.1.1 Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта ПК 3.1.2 Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта ПК 3.1.3 Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта ПК 3.2.1 Проведение анализа поисковой выдачи и определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче ПК 3.2.2 Проведение анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет» ПК 3.2.3 Определение стратегии поискового продвижения ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы ОК 01.3 Демонстрирует навыки работы в профессиональной и	Н 3.1.1 проведения технического анализа аудируемого веб-сайта Н 3.1.2 проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого вебсайта Н 3.2.1 анализа поисковой выдачи;	Отчет по практике. Дневник по практике Провести и оформить результаты анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. Проанализировать поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет»

ПК 3.3. ПК 3.4. ПК 3.5. ОК 01. ОК 02. ОК04 ОК 09.	Смежных сферах ОК 02.1 Определяет задачи и источники поиска в заявленных условиях ОК 02.2 Анализирует и структурирует получаемую информацию, оформляет результаты поиска информации ОК 02.3 Использует информации оК 02.3 Использует информационные технологии и современное при решении профессиональных задач ОК 04.2 Взаимодействует с коллегами, руководством, в ходе профессиональной деятельности ОК 09.3 Извлекает необходимую информацию из документации по профессиональной тематике ПК 3.3.1 Проведение анализа целевой аудитории с целью ее сегментирования для разных задач и продуктов ПК 3.3.2 Определение стратегии продвижения контекстномедийной и медийной кампаний в социальных сетях ПК 3.3.3 Реализация контекстномедийной и медийной кампаний в сети Интернет ПК 3.4.1 Разработка рекламных модулей для привлечения пользователей в интернет-сообщество ПК 3.4.2 Размещение текстовых рекламных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.1 Разрабение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет»	Н 3.3.1 определения стратегии продвижения в социальных сетях; Н 3.4.1 размещения рекламных объявлений в социальных медиа информационнотелекоммуникационной сети «интернет»; Н 3.5.1 разработки лендинга	Отчет по практике. Дневник по практике Разработать лендинг. Проанализировать использование информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы
	пользователей в интернет- сообщество		
	социальных медиа сети «Интернет»		
	рекламных объявлений в социальных медиа сети		
	Расчет бюджета на создание лендинга ПК 3.5.3 Составление		
	технических заданий в соответствии с требованиями заказчика		
	ОК 01.1 Определяет профессиональную задачу с учетом профессионального и		
	социального контекста, составляет план действий для её решения, реализует его, в том		
	числе с учётом изменяющихся условий, и оценивает результаты решения профессиональной		
	задачи ОК 01.2 Осуществляет поиск информации, необходимой для		

	решения задачи и/или проблемы		
	ОК 01.3 Демонстрирует навыки		
	работы в профессиональной и		
	смежных сферах		
	ОК 02.1 Определяет задачи и		
	источники поиска в заявленных		
	условиях		
	ОК 02.2 Анализирует и		
	структурирует получаемую		
	информацию, оформляет результаты поиска информации		
	ОК 02.3 Использует		
	информационные технологии и		
	современное программное		
	обеспечение при решении		
	профессиональных задач		
	ОК 04.2 Взаимодействует с		
	коллегами, руководством, в ходе		
	профессиональной деятельности		
	ОК 09.3 Извлекает необходимую		
	информацию из документации по		
	профессиональной тематике		
ПК 3.6	ПК 3.6.1 Проведение анализа	Н 3.6.1 анализа показателей	Отчет по практике. Дневник по
OK 01.	использования информационных,	эффективности проведения	практике
OK 02.	навигационных и	рекламной кампании;	Провести анализ показателей
OK04 OK 09.	функциональных элементов	Н 3.6.2 составления отчетов по	эффективности проведения контекстно-медийной рекламной
OK 09.	страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа	результатам выделения сегментов целевой аудитории	кампании.
	показателей эффективности	естментов целевой аудитории	кампании.
	проведения контекстно-		
	медийной рекламной кампании		
	ПК 3.6.3 Составление отчетов по		
	результатам выделения		
	сегментов целевой аудитории		
	ОК 01.1 Определяет		
	профессиональную задачу с		
	учетом профессионального и		
	социального контекста,		
	составляет план действий для её		
	решения, реализует его, в том		
	числе с учётом изменяющихся		
	условий, и оценивает результаты		
	решения профессиональной задачи		
	ОК 01.2 Осуществляет поиск		
	информации, необходимой для		
	решения задачи и/или проблемы		
	ОК 01.3 Демонстрирует навыки		
	работы в профессиональной и		
	смежных сферах		
	ОК 02.1 Определяет задачи и		
	источники поиска в заявленных		
	условиях		
	ОК 02.2 Анализирует и		
	структурирует получаемую информацию, оформляет		
	результаты поиска информации		
	ОК 02.3 Использует		
	информационные технологии и		
	современное программное		
	обеспечение при решении		
	профессиональных задач		
	ОК 04.2 Взаимодействует с		

коллегами, руководством, в ходе	<u>'</u>	
профессиональной деятельности	<u>'</u>	
ОК 09.3 Извлекает необходимую	<u>'</u>	
информацию из документации по	<u>'</u>	
профессиональной тематике		

5 ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

По окончании производственной практики обучающийся предоставляет отчет.

Отчет по практике представляет собой комплект материалов, включающий документы для прохождения практики; подготовленные обучающимся материалы, подтверждающие выполнение заданий по практике. Содержание отчета определяется целями и задачами соответствующего ПМ, вида и программы практики.

Отчет предоставляется в течение трех дней по окончании практики руководителю практики от МпК.

В период производственной практики обучающийся ведет дневник практики, в котором описывает виды работ, выполняемые им на предприятии (приложение 5)

Все необходимые материалы, предусмотренные программой практики и индивидуальным заданием на практику, комплектуются в отчете в следующем порядке:

- -титульный лист (Приложение 1);
- -внутренняя опись документов, находящихся в отчете (Приложение 2);
- -задание на практику (Приложение 3);
- -аттестационный лист по практике (Приложение 4);
- -отчет о выполнении заданий по практике;
- -приложения к отчету.

Отчет о выполнении заданий по практике выполняется индивидуально. Отчет является ответом на каждый пункт задания и сопровождается ссылками на приложения.

Отчет о выполнении заданий на практику оформляется в соответствии со следующими требованиями: шрифт Times New Roman, размер шрифта — 12, поля документа: верхнее -2, нижнее-2, левое-2, правое-1; отступ первой строки — 1 см; межстрочный интервал - 1,5; расположение номера страниц — внизу по центру. Нумерация страниц на первом листе (титульном) не ставится.

Приложения представляют собой материал, подтверждающий выполнение заданий на практике (копии созданных документов, фрагменты программ, чертежей и др.). На приложения делаются ссылки в «Отчете о выполнении заданий по практике». Приложения имеют сквозную нумерацию. Номера страниц приложений допускается ставить вручную.

Обучающийся может приложить благодарственное письмо в адрес образовательной организации и/или лично практиканту.

Отчет в обязательном порядке предоставляется на экзамен квалификационный/ квалификационный экзамен по профессиональному модулю.

6 СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА О ВЫПОЛНЕНИИ ЗАДАНИЙ ПРАКТИКЕ

ВД. 1 Организация и осуществление торговой деятельности

Отчет о выполнении заданий по практике содержит введение, основную часть, выводы и приложения.

Во введении представляется объект и предмет исследования, цели и задачи производственной (по профилю специальности) практики по ВД. 1 Организация и осуществление торговой деятельности. Объём введения не превышает 2-х страниц.

Основная часть. Оформляется согласно заданию по практике. Содержит описание и анализ полученных результатов в соответствии с заданием на практику.

В данном разделе дается подробный отчёт о выполнении ежедневных производственных заданий и описываются изученные и отработанные вопросы, предложенные в задании: характеристика объекта исследования. Источниками информации могут послужить следующие инернет-сайты:

- сайт поиска тендеров: https://synapsenet.ru/;
- сервис ля проверки контрагента: https://www.rusprofile.ru/;
- всероссийская система данных о компаниях и бизнесе: https://zachestnyibiznes.ru/

Кроме того, для поиска информации об организации можно воспользоваться официальным сайтом компании, веб-сайтом, системой справочных данных и т.д.

Студентам необходимо рассмотреть и предоставить документацию по торговым контрактам, описать процедуру закупок в организации, предоставить закупочную документацию.

Выводы. Раздел отчёта, в котором обучающимся делаются выводы и представляется собственное мнение об организации и эффективности практики в целом, социальной значимости своей будущей специальности на основе изученного практического материала во время практики.

Приложения - заключительный раздел отчёта, содержащий копии документов контрактов с поставщиками и покупателями, прайс – листы, накладные, счета- фактуры.

ВД 2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

Отчет о выполнении заданий по практике содержит введение, основную часть, выводы и приложения.

Введение Во введении представляется объект и предмет исследования, цели и задачи производственной (преддипломной) практики по ВД.2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли. Объём введения не превышает 2-х страниц.

Основная часть. Оформляется согласно заданию по практике. Содержит описание и анализ полученных результатов в соответствии с заданием на практику.

В данном разделе дается подробный отчёт о выполнении ежедневных производственных заданий и описываются изученные и отработанные вопросы, предложенные в задании: исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента Исследовать эффективность рекламной кампании торговой организации и предложить направыления продвижения товаров.

Bыводы. Раздел отчёта, в котором обучающимся делаются выводы и представляется обоснование достижения цели и выполнения задач на основе изученного практического материала во время практики.

Приложения - заключительный раздел отчёта, содержащий копии маркетинговых исследований.

ВД 3 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)

Отчет о выполнении заданий по практике содержит введение, основную часть, выводы и приложения.

Введение Во введении представляется объект и предмет исследования, цели и задачи производственной (преддипломной) практики по ВДЗ Организация и осуществление интернетмаркетинга (по выбору). Объём введения не превышает 2-х страниц.

Основная часть. Оформляется согласно заданию по практике. Содержит описание и анализ полученных результатов в соответствии с заданием на практику.

В данном разделе дается подробный отчёт о выполнении ежедневных производственных заданий и описываются изученные и отработанные вопросы, предложенные в задании: результаты анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи, оценки поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Выводы. Раздел отчёта, в котором обучающимся делаются выводы и представляется обоснование достижения цели и выполнения задач на основе изученного практического материала во время практики.

Приложения - заключительный раздел отчёта, содержащий аналитические таблицы, графики.

приложения

Приложение 1

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова») Многопрофильный колледж

Отчет по производственной практике

	(код и наименование специальности)
(инде	кс и наименование профессионального модуля)
	Обучающегося (-щейся) гр
	е су шещегом (денем) гр.
	(И.О. Фамилия)
	Организация:
	организация
	(наименование места прохождения практики)
	D.
	Руководитель практики от организации
	(И.О. Фамилия)
	МΠ
	Руководитель практики от МпК
	(И.О. Фамилия)
	(,
	Магнитогорск, 20

ВНУТРЕННЯЯ ОПИСЬ документов, находящихся в отчете

Обучающегося (-щейся) гр.		
` , , ,	(И.О. Фамилия)	

№ п/п	Наименование документа	Стр
1.	Задание на практику	
2.	Аттестационный лист	
3.	Отчет о выполнении заданий по практике	
4.	Приложение №	
5.	Приложение №	
6.	Приложение №	

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова») Многопрофильный колледж

ЗАДАНИЕ на производственную практику

Обучающегося (-щейся) гр	
	(И.О. Фамилия)
	наименование специальности)
ПМ 01 Организация и осуществление	
Место проведения практики	-

Цели практики:

- 1. Приобретение практического опыта ведения бухгалтерского и налогового учета
- $1.1~\Pi$ К $1.1~\Pi$ К $1.2~\Pi$ К $1.3~\Pi$ К $1.4~\Pi$ К $1.5~\Pi$ К 1.6~OК 01~OК 02~OК 03~

Виды выполняемых работ

виды выполняемых расот				
Код ИДК		Виды работ, выполняемых в период		
ПК/ОК	Навык	практики в рамках формируемых		
TIIC 1 1 1	TT1 1 1	компетенций		
ПК 1.1.1	Н1.1.1 поиска и систематизации открытых	1. Проведение анализа конъюнктуры и		
ПК 1.1.2	источников информации о внутренних и	емкости товарных рынков и подготовка		
ПК 1.1.3	внешних рынках для сбыта товарной	аналитических документов по		
ПК 1.2.1	продукции;	конкурентным преимуществам продукции		
ПК 1.2.2	Н1.1.2 проведение анализа и оценки объема	организации на внешних рынках		
ПК 1.2.3	спроса на товарную продукцию организации на	2 .Осуществление проверки необходимой		
ПК 1.3.1	внутренних и внешних рынках;	документации для заключения		
ПК 1.3.2	Н1.1.3 обработки, формирования и хранения	внешнеторгового контракта.		
ПК 1.3.3	данных, информации, документов, в том числе	3. Подготовка процедуры подписания		
ПК 1.4.1	полученных от поставщиков (подрядчиков,	внешнеторгового контракта с контрагентом		
ПК 1.4.2	исполнителей);	4. Приемка товаров по количеству и		
ПК 1.4.3	Н1.1.4 составления перечня требований	качеству		
ПК 1.5.1	внешних рынков к товарной продукции	-		
ПК 1.5.2	организации;	5. Изучение инструкций по охране труда		
ПК 1.6.3	Н1.1.5 подготовки рекомендаций по омологации	6. Составление и оформление закупочной		
ПК 1.6.1	товарной продукции по итогам анализа	документации, осуществления ее проверки		
ПК 1.6.2	требований определенного внешнего рынка;	для проведения закупочной процедуры,		
ПК 1.6.3	Н1.1.6 проведения анализа конъюнктуры и	организационно-технического обеспечения		
OK 01.1,	емкости товарных рынков, мониторинга	деятельности закупочных комиссий, оценки		
OK 01.2,	внутренних и внешних рынков;	результатов и подведение итогов		
OK 01.3,	подготовки аналитических документов по	закупочной процедуры.		
OK 02.1,	конкурентным преимуществам продукции			
OK 02.2,	организации на внешних рынках.			
OK 02.3,	Н1.2.1 оформления договоров с поставщиками и			
ОК 09.1,	потребителями товаров и услуг;			
OK 09.3	Н1.2.2 мониторинга поставщиков (подрядчиков,			
	исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;			
	Н1.2.3 установления контактов с деловыми			
	партнерами, заключения договоров,			
	предъявления претензий;			
	Н1.2.4 составления деловых писем,			

- предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов
- H1.3.1 формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;
- H1.3.2 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;
- H1.3.3 осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- H1.3.4 публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- Н1.3.5 публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;
- Н1.3.6 организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случая, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов.
- H1.4.1 направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;
- H1.4.2 проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;
- H1.4.3 составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);
- H1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
- H1.4.5 подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
- H1.4.6 формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;

- H1.4.7 обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;
- Н1.4.8 формирования проекта внешнеторгового контракта;
- H1.4.9 осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;
- Н1.4.10 подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.
- H1.5.1 подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;
- H1.5.2 сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- H1.5.3 разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;
- Н1.5.4 мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
- H1.5.5 документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;
- H1.5.6 подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.
- Н1.6.1 выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;
- H1.6.2 организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;
- H1.6.3 приемки товаров по количеству и качеству; соблюдения правил охраны труда.

Залание на практику

№ п/п	Содержание работ на практике	Примерные сроки выполнения
1.	Ознакомиться с видами деятельности, организационной структурой организации по месту прохождения практики, дать краткую характеристику организации	два дня
2.	Проанализировать конъюнктуру и емкость товарных рынков и	четыре дня
3.	Подготовить отчет по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках	три дня
4.	Изучить документацию для заключения внешнеторгового контракта	три дня
5.	Рассмотреть процедуру подписания внешнеторгового контракта с контрагентом	три день
6.	Рассмотреть процедуру приемки товаров по количеству и качеству.	три день
7.	Изучить инструкции по охране труда.	два дня
8.	Изучить закупочную документацию	три дня
9.	Рассмотреть порядок проведения закупочной процедуры	четыре дня

10.	Изучить организационно-техническое обеспечение деятельности закупочных комиссий	три дня
11.	Оформить документы для отчета по практике	в процессе всей практики
12.	Подготовить и сдать отчет по практике	последний день практики

Перечень документов, прилагаемых в качестве приложения к отчету по практике

- 1. Выписка из ЕГРЮЛ.
- Организационная структура организации.
 Контракты с поставщиками и покупателями.
- Прайс листы.
- 5. Накладные, счета- фактуры.

Руководитель практики от МпК	И.О. Фамилия	(подпись)	-
Согласовано:	«›	»20r	-
Представитель от предприятия/организации	/	л, должность)	

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова») Многопрофильный колледж

ЗАДАНИЕ на производственную практику

Обучающегося (-щейся) гр	(И.О. Фамилия)
\ 11	именование специальности) предпринимательской деятельности в сфере торговли
Место проведения практики	

Цели практики:

- 1. Приобретение практического опыта ведения бухгалтерского и налогового учета
- 1.1 HK 2.1 HK 2.2 HK2.3 HK2.4 OK 01 OK 02 OK 03 OK 04 OK 05 OK 07 OK 09

Виды выполняемых работ

Виды выполняемых раоот			
Код ИДК	Навык	Виды работ, выполняемых в период практики в рамках	
ПК/ОК		формируемых компетенций	
ПК 2.1.1	Н 2.1.1 составления плана	1 Изучение и анализ рынка, выявление проблем и	
ПК 2.1.2	маркетингового	формулирования целей маркетингового исследования	
ПК 2.1.3	исследования	2 Составление программы маркетингового исследования	
ПК 2.2.1	Н 2.1.2 согласования плана	исходя из поставленных целей и задач.	
ПК 2.2.2	проведения маркетингового		
ПК 2.2.3	исследования		
ПК 2.3.1	Н 2.1.3 определения	3. Определение этапов проведения маркетинговых	
ПК 2.3.2	инструментов	исследования на примере предприятия торговли.	
ПК 2.3.3	маркетинговых	4. Определения маркетинговых инструментов, с помощью	
ПК 2.4.1	исследований	которых будут получены комплексные результаты	
ПК 2.4.2	Н 2.2.1 подготовка	исследования. Их описание и назначение в ходе проведения	
ПК 2.4.3	предложений по улучшению	маркетингового исследования	
ОК 01.1,	системы продвижения	^	
ОК 01.2,	товаров (услуг) организации	5. Разработка плана проведения маркетингового исследования	
ОК 01.3,	Н 2.2.2 использования		
ОК 02.1,	программных продуктов в	6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.	
ОК 02.2,	системе продвижения	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
ОК 02.3,	товаров (услуг) организации		
ОК 03.1,	Н 2.2.3 применения	7. Проведения маркетингового исследования в установленные	
ОК 03.2,	различных платформ в	сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и	
ОК 03.3,	системе продвижения	сквозных цифровых технологий:	
ОК 04.1,	товаров (услуг) организации	- исследования рынка (определение емкости рынка и доли	
ОК 04.2,	Н 2.3.1 проведения сбора,	рынка);	
ОК 04.3,	мониторинга и	- изучение потребителей (исследование потребительских	
ОК 05.1,	систематизации ценовых	привычек и предпочтений, процесса принятия решения о	
ОК 05.2,	показателей товаров с	покупке, уровня удовлетворенности и лояльности	
ОК 05.3,	использованием	потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого	
ОК 07.1,	информационных	сегмента);	
ОК 07.2,	интеллектуальных	- исследование продукта (тестирование концепции нового	
ОК 07.3,	технологий	товара, тестирование товара);	
OK 09.1	Н 2.4.1 установления	- исследование цены (чувствительности к цене, эластичности	

OK 09.2 OK 09.3	конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешнем рынках Н 2.4.2 установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке Н 2.4.3 установления конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке	спроса по цене): - исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании); 8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках; 9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации
ПК 2.5.1 ПК 2.5.2 ПК 2.5.3 ПК 2.6.1 ПК 2.6.2 ПК 2.6.3 ПК 2.7.1 ПК 2.7.2 ПК 2.7.3 ПК 2.8.1 ПК 2.8.2 ПК 2.8.3 ОК 01.1, ОК 01.2, ОК 02.2, ОК 02.3, ОК 02.1, ОК 03.2, ОК 03.1, ОК 04.1, ОК 04.2, ОК 04.3, ОК 05.1, ОК 05.2, ОК 05.3, ОК 07.1, ОК 07.2, ОК 07.2, ОК 09.1 ОК 09.2	Н 2.5.1 разработка бизнес- плана деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов Н 2.5.2 разработка бизнес- плана деятельности предпринимательской единицы	10. Оформление результатов маркетингового исследования 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы 3. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана 4. Составление визитки команды 5. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы 6. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона 7. Построение модели Остервальдера 8. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг 9. Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов 10. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов 11. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования 12. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 13. Расчеты цен и себестоимости. 14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении 15. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении 17. Составление бюджета доходов и расходов 18. Составление бюджета движения денежных средств 19. Составление прогнозного баланса 20. Определение и обоснование источников финансирования 21. Расчет процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств 22. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) 23. Расчет внутренней нормы доходности проекта (NetPresentValue)

25. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)
26. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)
27. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности

Задание на практику

30 /	Задание на практику	-		
№ п/п	Содержание работ на практике	Примерные сроки выполнения		
1.	Ознакомиться с видами деятельности, организационной структурой организации по месту прохождения практики, дать краткую характеристику организации			
2.	Проанализировать рынок, выявить проблемы и формулировать цели маркетингового исследования			
3.	Составить программу маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач	Один день		
4.	Определить этапы проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли	Один день		
	Описать маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования	Один день		
6.	Разработать план проведения маркетингового исследования	Один день		
7.	Осуществлить поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	Один день		
8.	Провести маркетинговое исследование в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий			
9.	Определить конкурентные преимущества исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках			
10.	Подготовить предложения по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации			
11.	Оформить результаты маркетингового исследования	Один день		
12.	Провести Pest анализа, применить метод Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы	Один день		
13.	Разработать бизнес-план	Три дня		
14.	Разработать финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов	Три дня		
15.	Рассчитать значимые показатели проекта	Три дня		
16.	Разработать мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	Один день		
17.	Составить прогнозный баланс	Два дня		
18.	Оформить документы для отчета по практике	в процессе всей практики		
19.	Подготовить и сдать отчет по практике	последний день практики		

Перечень документов, прилагаемых в качестве приложения к отчету по практике

4) <i>(</i>	
	Маркетинговые	исспепорация
		исследования

2. Бизнес-план

Руководитель практики от МпК					
Согласовано:	И.О.	Фамилия «	(подпись) »	20	г.
Представитель от предприятия/организации	/	(И.О. Фам	илия, должность)		

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова») Многопрофильный колледж

ЗАДАНИЕ на производственную практику

Обучающегося (-щейся) гр	(И.О. Фамилия)
(шифр и наим ПМ. 03 Организация и осуществление ин	менование специальности) тернет-маркетинга
Место проведения практики	

Цели практики:

1. Приобретение практического опыта ведения бухгалтерского и налогового учета

1.1 ПК 3.1 ПК 3.2 ПКЗ.3 ПКЗ.4 ПКЗ.5 ПКЗ.6 ОК 01 ОК 02 ОК 09

Виды выполняемых работ

Виды выполняемых работ			
Код ИДК	Навык	Виды работ, выполняемых в период практики в рамках	
ПК/ОК		формируемых компетенций	
ПК 3.1.1,	Н 3.1.1 проведения	1 Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта	
ПК 3.1.2,	технического анализа	2 Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити)	
ПК 3.1.3,	аудируемого веб-сайта	аудируемого веб-сайта	
ПК 3.2.1,	Н 3.1.2 проведения базового	3. Анализ поисковой выдачи.	
ПК 3.2.2,	аудита эргономичности	4. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи	
ПК 3.2.3,	(юзабилити) аудируемого	5. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой	
OK 01.1,	веб-сайта	информации в информационно-телекоммуникационной сети	
OK 01.2,	Н 3.2.1 анализа поисковой	«Интернет»	
ОК 01.3,	выдачи;	6. Определение стратегии поискового продвижения.	
OK 02.1,		7. Проверка и корректировка списка ключевых слов и	
OK 02.2,		словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.	
ОК 02.3,		8. Анализ присутствия компании в информационном	
OK 09.3		пространстве на основе данных из поисковых систем.	
ПК 3.3.1,	Н 3.3.1 определения	1. Определение стратегии продвижения в социальных сетях	
ПК 3.3.2,	стратегии продвижения в	2. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных	
ПК 3.3.3,	социальных сетях;	медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
ПК 3.4.1,	Н 3.4.1 размещения	3. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных	
ПК 3.4.2,	рекламных объявлений в	медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	
ПК 3.4.3,	социальных медиа	4. Разработка лендинга	
ПК 3.5.1,	информационно-	5. Анализ использования информационных, навигационных и	
ПК 3.5.2,	телекоммуникационной сети	функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями,	
ПК 3.5.3,	«интернет»;	пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной	
OK 01.1,	Н 3.5.1 разработки лендинга	рекламы	
OK 01.2,			
OK 01.3,			
OK 02.1,			
OK 02.2,			
OK 02.3,			
OK 09.3			

ПК 3.6.1,	Н 3.6.1 анализа показателей	1. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-
ПК 3.6.2,	эффективности проведения	медийной рекламной кампании
ПК 3.6.3	рекламной кампании;	
ОК 01.1,	Н 3.6.2 составления отчетов	2. Составление отчетов по результатам работы выделения
ОК 01.2,	по результатам выделения	сегментов целевой аудитории
ОК 01.3,	сегментов целевой аудитории	
ОК 02.1,		
ОК 02.2,		
ОК 02.3,		
OK 09.3		

Задание на практику

№ п/п	Содержание работ на практике	Примерные сроки выполнения
1.	Ознакомиться с видами деятельности, организационной структурой организации по месту прохождения практики, дать краткую характеристику организации	Один день
2.	Провести технический анализ аудируемого веб-сайта	Два дня
3.	Провести базовый аудит эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта	Два дня
4.	Провести анализ поисковой выдачи	Два дня
5.	Провести анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи	Два дня
6.	Провести анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Два дня
7.	Разработать стратегию поискового продвижения	Два дня
8.	Провести проверку и корректировку списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении	Два дня
9.	Проанализировать присутствие компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	Два дня
10.	Определение стратегии продвижения в социальных сетях	Два дня
11.	Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно- телекоммуникационной сети «Интернет	Два дня
12.	Разработка лендинга	Два дня
13.	Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстномедийной рекламы	Два дня
14.	Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании	Два дня
15.	Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории	Три дня
16.	Оформить документы для отчета по практике	в процессе всей практики
17.	Подготовить и сдать отчет по практике	последний день практики

Перечень документов, прилагаемых в качестве приложения к отчету по практике

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова») Многопрофильный колледж

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

	(И.О.	Фамилия)		
обучающийся (-щаяся) на	ийся (-щаяся) на курсе специальности			
	(шифр и наимено			
успешно прошел(ла) произво ПМ 01 Организация и осуще			иональному	/ модулю:
	20			20
в объеме 180 часов с « в организации	»20	г. по «	»	20 г.

Профессиональные и общие компетенции

1.1 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК1.3 ПК1.4 ПК1.5 ПК1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 09

111 1111 111 1	Виды и качество выполнения работ					
Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ	Зачтено/ не зачтено			
ПК 1.1.1	Н1.1.1 поиска и систематизации открытых	1. Проведение анализа				
ПК 1.1.2	источников информации о внутренних и внешних	конъюнктуры и емкости				
ПК 1.1.3	рынках для сбыта товарной продукции;	товарных рынков и				
ПК 1.2.1	Н1.1.2 проведение анализа и оценки объема спроса	подготовка аналитических				
ПК 1.2.2	на товарную продукцию организации на внутренних	документов по				
ПК 1.2.3	и внешних рынках;	конкурентным				
ПК 1.3.1	Н1.1.3 обработки, формирования и хранения данных,	преимуществам продукции				
ПК 1.3.2	информации, документов, в том числе полученных	организации на внешних				
ПК 1.3.3	от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);	рынках				
ПК 1.4.1	Н1.1.4 составления перечня требований внешних	2.Осуществление проверки				
ПК 1.4.2	рынков к товарной продукции организации;	необходимой				
ПК 1.4.3	Н1.1.5 подготовки рекомендаций по омологации	документации для				
ПК 1.5.1	товарной продукции по итогам анализа требований	заключения				
ПК 1.5.2	определенного внешнего рынка;	внешнеторгового				
ПК 1.6.3	Н1.1.6 проведения анализа конъюнктуры и емкости	контракта.				
ПК 1.6.1	товарных рынков, мониторинга внутренних и	3. Подготовка процедуры				
ПК 1.6.2	внешних рынков;	подписания				
ПК 1.6.3	подготовки аналитических документов по	внешнеторгового				
ОК 01.1,	конкурентным преимуществам продукции	контракта с контрагентом				
ОК 01.2,	организации на внешних рынках.	4. Приемка товаров по				
ОК 01.3,	Н1.2.1 оформления договоров с поставщиками и	количеству и качеству				
OK 02.1,	потребителями товаров и услуг;	5. Изучение инструкций по				
OK 02.2,	Н1.2.2 мониторинга поставщиков (подрядчиков,	охране труда				

OK 02.3, OK 09.1, OK 09.3 исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;

- H1.2.3 установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий:
- H1.2.4 составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов
- H1.3.1 формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;
- H1.3.2 составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационнотехнического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры;
- H1.3.3 осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- H1.3.4 публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- Н1.3.5 публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;
- Н1.3.6 организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случая, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов.
- H1.4.1 направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;
- H1.4.2 проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;
- H1.4.3 составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);
- H1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
- Н1.4.5 подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
- H1.4.6 формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;
- Н1.4.7 обработки, формирования, хранения

Составление оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационнотехнического обеспечения деятельности закупочных комиссий, опенки результатов и подведение итогов закупочной процедуры.

информ	мации и данных об участниках
внешне	еторгового контракта;
H1.4.8	формирования проекта внешнеторгового
контра	кта;
H1.4.9	осуществления проверки необходимой
докуме	нтации для заключения внешнеторгового
контра	
H1.4.10	1 1 4 4 4
	еторгового контракта с контрагентом.
	подготовки документа о приемке результатов
	ного этапа исполнения контракта;
	сбора информации, документов по вопросам
исполн	ения обязательств по внешнеторговому
контра	•
	разработки плана-графика контрольных
	риятий по исполнению обязательств по
	еторговому контракту;
	мониторинга отклонений от выполнения
	ельств по внешнеторговому контракту;
	документальное оформление отклонений от
	нения обязательств по внешнеторговому
	кту и организация претензионной работы;
	подготовка предложений по применению мер
	гвенности и совершению соответствующих
	ий в случае нарушения обязательств по
	еторговому контракту.
H1.6.1	выполнения торгово-технологических
операц	
	гвенного интеллекта, голосовых помощников,
	гов для обработки запросов покупателей с
	пальной скоростью;
	организации торговли, в том числе с
	зованием камер и алгоритмов распознавания
	я осуществления расчетов с покупателями без
	нения контрольно-кассовой техники;
	приемки товаров по количеству и качеству;
соблюд	дения правил охраны труда.

Руководитель практики от МпК					
•	(И.О. Фамилия)				
		*	»	20	Γ.
Руководитель практики от организации					
	(И.О. Фама	илия, дол	жность)		
		‹ ‹	>>	20	Γ.
					МΠ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова») Многопрофильный колледж

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

		(И.О.	Фамилия)		
обучающийся (-щаяся) на	ку				
			вание специально		
успешно прошел(ла) прои	зводствен	ную практи	ку по професс	иональному	/ модулю:
ПМ. 02 Организация и осу	уществлен	ие предприн	имательской	деятельнос	ги в сфере торговли
в объеме 144 часов с «	»	20	г. по «	»	20 г.
в организации					
	наименовани	е организации,	юридический ад	pec)	
Профессиональны					
1 1 HK 2 1 HK 2 2 HK2 3 HK2 4				OK 07 OK 09	

Виды и качество выполнения работ

Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ	Зачтено/ не зачтено
ПК 2.1.1	Н 2.1.1 составления плана	1 Изучение и анализ рынка, выявление	
ПК 2.1.2	маркетингового	проблем и формулирования целей	
ПК 2.1.3	исследования	маркетингового исследования	
ПК 2.2.1	Н 2.1.2 согласования	2 Составление программы маркетингового	
ПК 2.2.2	плана проведения	исследования исходя из поставленных целей	
ПК 2.2.3	маркетингового	и задач.	
ПК 2.3.1	исследования	3. Определение этапов проведения	
ПК 2.3.2	Н 2.1.3 определения	маркетинговых исследования на примере	
ПК 2.3.3	инструментов	предприятия торговли.	
ПК 2.4.1	маркетинговых	4. Определения маркетинговых	
ПК 2.4.2	исследований	инструментов, с помощью которых будут	
ПК 2.4.3	Н 2.2.1 подготовка	получены комплексные результаты	
OK 01.1,	предложений по	исследования. Их описание и назначение в	
OK 01.2,	улучшению системы	ходе проведения маркетингового	
OK 01.3,	продвижения товаров	исследования	
OK 02.1,	(услуг) организации	5. Разработка плана проведения	
ОК 02.2,	Н 2.2.2 использования	маркетингового исследования	
OK 02.3,	программных продуктов	6. Поиск первичной и вторичной	
OK 03.1,	в системе продвижения	маркетинговой информации.	
OK 03.2,	товаров (услуг)	7. Проведения маркетингового исследования	
OK 03.3,	организации	в установленные сроки с использованием	
OK 04.1,	Н 2.2.3 применения	инструментов комплекса маркетинга и	
OK 04.2,	различных платформ в	сквозных цифровых технологий:	
OK 04.3,	системе продвижения	- исследования рынка (определение емкости	
OK 05.1,	товаров (услуг)	рынка и доли рынка);	
OK 05.2,	организации	- изучение потребителей (исследование	
OK 05.3,	Н 2.3.1 проведения сбора,	потребительских привычек и предпочтений,	
ОК 07.1,	мониторинга и	процесса принятия решения о покупке,	

ОК 07.2,	CHCTAMOTHOOTHU HAHADI IV	VAODIIG VIODIATDONALIIJOCTU U TOGILIJOCTU	
OK 07.2, OK 07.3,	систематизации ценовых	уровня удовлетворенности и лояльности	
OK 07.3, OK 09.1	показателей товаров с	потребителей, сегментация потребителей и	
	использованием	выбор целевого сегмента);	
OK 09.2	информационных	- исследование продукта (тестирование	
OK 09.3	интеллектуальных	концепции нового товара, тестирование	
	технологий	товара);	
	Н 2.4.1 установления	- исследование цены (чувствительности к	
	конкурентных	цене, эластичности спроса по цене):	
	преимуществ товара на	- исследования рекламы (тестирование	
	внутреннем и внешнем	рекламных концепций и материалов,	
	рынках	исследование эффективности рекламной	
	Н 2.4.2 установления	кампании);	
	конкурентных	8. Выявление конкурентов исследуемого	
	преимуществ товара на	торгового предприятия. Определение	
	внутреннем рынке	конкурентных преимуществ исследуемого	
	Н 2.4.3 установления	торгового предприятия на внутреннем и	
	конкурентных	внешних рынках;	
	преимуществ товара на	9. Подготовка предложений по улучшению	
	внешнем рынке	системы продвижения товаров, повышения	
		объемов продаж торговой организации	
		10. Оформление результатов маркетингового	
		исследования	
ПК 2.5.1	Н 2.5.1 разработка	1. Сбор информации о бизнес-проблемах и	
ПК 2.5.2	бизнес-плана	определение рисков предпринимательской	
ПК 2.5.3	деятельности	единицы.	
ПК 2.6.1	предпринимательской	2. Проведение Pest анализа, применение	
ПК 2.6.2	единицы, в том числе с	метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-	
ПК 2.6.3	применением	модели предпринимательской единицы	
ПК 2.7.1	программных продуктов	3. Выполнение отдельных этапов разработки	
ПК 2.7.2	Н 2.5.2 разработка	бизнес-плана	
ПК 2.7.3	бизнес-плана	4. Составление визитки команды	
ПК 2.8.1	деятельности		
ПК 2.8.2	предпринимательской	5. Построение организационной структуры	
ПК 2.8.3	единицы	управления предпринимательской единицы	
OK 01.1,		6. Определение целевой аудитории по методу	
OK 01.2,		Шеррингтона	
OK 01.3,		7. Построение модели Остервальдера	
OK 02.1,		8. Определение бизнес-процессов и	
OK 02.2,		составление схемы оказания услуг	
OK 02.3, OK 03.1,		9. Разработка и заполнение финансовой	
OK 03.1, OK 03.2,		модели деятельности предпринимательской	
OK 03.2, OK 03.3,		единицы, в том числе с применением	
OK 03.3, OK 04.1,		специализированных программных	
OK 04.1, OK 04.2,		продуктов	
OK 04.2, OK 04.3,		10. Заполнение нормативов для проведения	
OK 04.3, OK 05.1,		экономических расчетов	
OK 05.1, OK 05.2,		11. Составление бюджета инвестиций на	
OK 05.2, OK 05.3,		приобретение оборудования	
OK 03.3, OK 07.1,		12. Расчет потребности в оборотном	
OK 07.1, OK 07.2,		капитале. Прочие расходы стартового	
OK 07.2, OK 07.3,		периода.	
OK 07.3, OK 09.1		13. Расчеты цен и себестоимости.	
OK 09.1 OK 09.2		14. Составление плана продаж в натуральном	
OK 09.2 OK 09.3		и стоимостном выражении	
01.07.5		15. Составление плана переменных расходов	
		16. Расчет точки безубыточности	
	I .	,	

17. Составление бюджета доходов и расходов
18. Составление бюджета движения
денежных средств
19. Составление прогнозного баланса
20. Определение и обоснование источников
финансирования
21. Расчеты процентов за пользование
заемными средствами и составление графика
возврата заемных средств
22. Расчет дисконтированного периода
окупаемости проекта
(DiscountedPaybackPeriod)
23. Расчет чистой текущей стоимости
проекта (NetPresentValue)
24. Расчет внутренней нормы доходности
проекта (InternalRateofReturn)
25. Расчет индекса прибыльности проекта
(IndexofProfitability)
26. Расчеты других значимых показателей
(ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)
27. Разработка мероприятий по повышению
эффективности предпринимательской
деятельности

Руководитель практики от МпК				
	(И.О. Фамилия)			
	«	>>	20	Γ
Руководитель практики от организации				
	(И.О. Фамилия, долэ	нсность)		
	«	>>	20	Γ
				$\overline{\mathbf{M}}$

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

(ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова») Многопрофильный колледж

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

		(И.О.	Фамилия)		
обучающийся (-щаяся) на	курс	е специал	ьности		
успешно прошел(ла) произв ПМ. 03 Организация и осущ	одственну	ю практи		иональному	
в объеме 180 часов с « в организации	<u> </u>	20	г. по «	»	20 г.
	менование ој	рганизации,	юридический ад	pec)	
Профессиональные 1.1 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК2.3 ПК2.4	и общие к	сомпетен	ции		

Виды и качество выполнения работ

Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ	Зачтено/ не зачтено
ПК 3.1.1, ПК 3.1.2, ПК 3.1.3, ПК 3.2.1, ПК 3.2.2, ПК 3.2.3, ОК 01.1, ОК 01.2, ОК 01.3, ОК 02.1, ОК 02.2, ОК 02.3, ОК 09.3	Н 3.1.1 проведения технического анализа аудируемого веб-сайта Н 3.1.2 проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта Н 3.2.1 анализа поисковой выдачи;	1 Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта 2 Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта 3. Анализ поисковой выдачи. 4. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи 5. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 6. Определение стратегии поискового продвижения. 7. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 8. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе	
ПК 3.3.1, ПК 3.3.2, ПК 3.3.3, ПК 3.4.1, ПК 3.4.2, ПК 3.4.3,	Н 3.3.1 определения стратегии продвижения в социальных сетях; Н 3.4.1 размещения рекламных объявлений в социальных медиа	данных из поисковых систем. 1. Определение стратегии продвижения в социальных сетях 2. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	

ПК 3.5.1,	информационно-	3. Размещение медийных рекламных	
ПК 3.5.2,	телекоммуникационной	объявлений в социальных медиа	
ПК 3.5.3,	сети «интернет»;	информационно-телекоммуникационной сети	
ОК 01.1,	Н 3.5.1 разработки	«Интернет».	
ОК 01.2,	лендинга	4. Разработка лендинга	
ОК 01.3,		5. Анализ использования информационных,	
ОК 02.1,		навигационных и функциональных	
OK 02.2,		элементов страниц веб-сайта посетителями,	
OK 02.3,		пришедшими по ссылкам из систем	
OK 09.3		контекстно-медийной рекламы	
ПК 3.6.1,	Н 3.6.1 анализа	1. Анализ показателей эффективности	
ПК 3.6.2,	показателей	проведения контекстно-медийной рекламной	
ПК 3.6.3	эффективности	кампании	
ОК 01.1,	проведения рекламной	2. Составление отчетов по результатам	
ОК 01.2,	кампании;	работы выделения сегментов целевой	
ОК 01.3,	Н 3.6.2 составления	аудитории	
ОК 02.1,	отчетов по результатам		
OK 02.2,	выделения сегментов		
OK 02.3,	целевой аудитории		
OK 09.3			

Руководитель практики от МпК				
	(И.О. Фамилия)			
	«	»	20_	Γ.
Руководитель практики от организации				
	(И.О. Фамилия, дол.	жность)		
	«	»	20	Γ.
				МΠ

ФОРМА ДНЕВНИКА ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Дата	Виды выполняемых работ	Оценка качества выполняемых работ руководителем практики от предприятия

Подпись руководителя практики от предприятия	
Подпись руководителя практики от колледжа	