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 УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело

Квалификация: специалист торгового дела

Форма обучения очная

Магнитогорск, 2025

ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой комиссией «Экономики и сферы обслуживания» Председатель Н.Н. Колесникова Протокол № 5 от «22» января 2025г

Методической комиссией МпК

Протокол № 3 от «19» февраля 2025г

Разработчики:

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

Анна Игоревна Артемьева и сферы обслуживания»

преподаватель отделения № 3 «Строительства, экономики 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

Оценочные материалы и методические указания для обучающихся очной формы обучения по специальности составлены в соответствии с требованиями ФГОС по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Министерством просвещения Российской Федерации от «19» июля 2023 г. № 548; СМК-К-О-РЕ-3/34-13-24 Порядок организации практической подготовки при реализации практик по образовательным программам среднего профессионального образования; рабочей программы учебной практики Оценочные материалы и методические указания определяют цели и задачи, порядок организации учебной практики и включают рекомендации по содержанию отчета по практике и требований, предъявляемых к отчету.

СОДЕРЖАНИЕ

1 ВВЕДЕНИЕ	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛІ	EHA.4
2 СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТ	ТИКИ	5
3 ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВ	О УЧЕБНОЙ ПРАКТИКОЙ	11
1. РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ О	Т КОЛЛЕДЖА ОБЯЗАН:	11
2. РУКОВОДИТЕЛЬ ПРАКТИКИ О	ОТ ПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ:	13
3. ВО ВРЕМЯ ПРОХОЖДЕНИЯ П	РАКТИКИ ОБУЧАЮЩИЙСЯ ОБЯЗАН:	13
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТ.	АТОВ ПРАКТИКИ	14
5 ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ	ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ	24
6 СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА О ВЫПО	ЛНЕНИИ ЗАДАНИЙ ПО ПРАКТИКЕ	25
ПРИЛОЖЕНИЕ 1		28
ПРИЛОЖЕНИЕ 2		29
ПРИЛОЖЕНИЕ 3		30
ПРИЛОЖЕНИЕ 4		46
ПРИЛОЖЕНИЕ 5		57

1 ВВЕДЕНИЕ

Учебная практика является частью программы подготовки специалистов среднего звена специальности 38.02.08 Торговое дело.

Учебная практика реализуется в рамках профессиональных модулей (ПМ) образовательной программы и направлена на формирование 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). Содержание практики определяет рабочая программа учебной практики.

Учебная практика также направлена на освоение должностей служащего 20032 Агент рекламный, 23369 Кассир в соответствии с ФГОС СПО и по запросу работодателя по специальности.

Практическая подготовка при реализации учебной практики может быть проведена в структурных подразделениях МГТУ им. Г.И. Носова, включая мастерские, лаборатории и учебнопроизводственные комплексы университета.

Допускается прохождение учебной практики в профильных организациях на основе договора о сотрудничестве.

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

Прохождение учебной практики является обязательным условием обучения.

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

Учебная 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 учебную практику в организации по месту работы в случаях, если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики.

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Учебная практика по специальности проводится концентрированно в рамках профессионального модуля и предусмотрена в следующем объеме:

2.1 Объем и структура учебной практики по специальности 38.02.08 Торговое дело .

2.1 Объем учебной практики

	ебнои п	Puiti		T.	Сол-во час	ΩD	Обоснование	
			Место	r	кол-во час	ОВ	вариативной части	Вид
Вид практикі	1	Ку pc	проведе ния практи ки	Всего	Базова я часть	Вариа тивна я часть	варнативной части	аттестации и контроля
ВД.1 Организация и осуществление торговой деятельности	УП.01	2	МпК	36	36			Промежуточ ная (комплексны й зачет)
ВД.2 Организация и осуществление предпринимательск ой деятельности в сфере торговли	УП.02	2	МпК	36	36			Промежуточ ная (зачет)
ВД.3 Организация и осуществление интернет-маркетинга	УП.03	3	МпК	36	36			Промежуточ ная (комплексны й зачет)
ВД.4 Освоение профессий рабочих, должностей служащих	УП.04. 01 УП.04. 02	3	МпК	36		36	введение дополнительных навыков - Развитие коммуникативных способностей и навыков взаимодействия с клиентами Формирование умения анализировать рынок рекламных услуг и потребности клиентов Освоение методов разработки рекламных кампаний и продвижения товаров/услуг Овладение современными технологиями и инструментами рекламы Подготовка студентов к самостоятельному решению реальных рабочих ситуаций введение дополнительного практического опыта - освоение практических приемов	Промежуточ ная (комплексны й зачет)

Utoro 180 108 72

2.2 Содержание учебной практики 2.2 Структура и содержание учебной практики

код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ	Семестр	Объем часов
ВД.1 Организация и	и осуществление торговой деятельност	ги		
ПК 1.1.1	Н1.1.1 поиска и систематизации	1. Составление перечня	4	2
ПК 1.1.2	открытых источников информации о	требований внешних рынков к		
ПК 1.1.3	внутренних и внешних рынках для	товарной продукции организации		
OK 01.1, OK 01.2,	сбыта товарной продукции;	2. Подготовка рекомендаций	4	4
OK 02.1, OK 02.2,	Н1.1.2 проведение анализа и оценки	по омологации товарной		
ОК 02.3, ОК 03.1,	объема спроса на товарную	продукции по итогам анализа		
ОК 03.2, ОК 09.1,	продукцию организации на	требований определенного		
ОК 09.3	внутренних и внешних рынках;	внешнего рынка		
	Н1.1.3 обработки, формирования и			
	хранения данных, информации,			
	документов, в том числе полученных			
	от поставщиков (подрядчиков,			
	исполнителей);			
	Н1.1.4 составления перечня			
	требований внешних рынков к			
	товарной продукции организации;			
	Н1.1.5 подготовки рекомендаций по			
	омологации товарной продукции по			
	итогам анализа требований			
	определенного внешнего рынка;			
	Н1.1.6 проведения анализа			
	конъюнктуры и емкости товарных			
	рынков, мониторинга внутренних и			
	внешних рынков; подготовки			
	аналитических документов по			
	конкурентным преимуществам			
	продукции организации на внешних			
	рынках			
ПК 1.2.1	Н1.2.1 оформления договоров с	1. Составление коммерческого	4	4
ПК 1.2.2	поставщиками и потребителями	предложения, запроса, оферты,		
ПК 1.2.3, ОК 01.1,	товаров и услуг;	сопроводительного письма.		

0.71 0.1.0 0.71 0.0.1	T T T A A		Γ.	
OK 01.2, OK 02.1,	Н1.2.2 мониторинга поставщиков	2. Подготовка сводных отчетов и	4	2
OK 02.2, OK 02.3,	(подрядчиков, исполнителей) и	предложений о потенциальных		
OK 03.1, OK 03.2,	заказчиков в сфере закупок;	партнерах на внутреннем и		
OK 09.1, OK 09.3	Н1.2.3 установления контактов с	внешнем рынках.		
	деловыми партнерами, заключения			
	договоров, предъявления претензий;			
	Н1.2.4 составления деловых писем,			
	предложений, заказов на поставку			
	товаров, проведения безналичных			
	расчетов			
ПК 1.3.1	Н1.3.1 формирования начальной	1. Формирование начальной	4	4
ПК 1.3.2	(максимальной) цены закупки,	(максимальной) цены закупки,		
ПК 1.3.3, ОК 01.1,	описания объекта закупки,	описания объекта закупки,		
OK 01.2, OK 02.1,	требований к участнику закупки,	требований к участнику закупки,		
ОК 02.2, ОК 02.3,	порядка оценки участников, проекта	порядка оценки участников,		
ОК 03.1, ОК 03.2,	контракта;	проекта контракта		
OK 09.1, OK 09.3	Н1.3.2 составления и оформления	2. Формирование списка	4	2
	закупочной документации,	потенциальных партнеров для		
	осуществления ее проверки для	заключения договоров на		
	проведения закупочной процедуры,	поставку и/или заключения		
	организационно-технического	внешнеторгового контракта		
	обеспечения деятельности	_	1	
	закупочных комиссий, оценки		1	
	результатов и подведение итогов			
	закупочной процедуры;			
	Н1.3.3 осуществления подготовки			
	протоколов заседаний закупочных			
	комиссий на основании решений,			
	принятых членами комиссии по			
	осуществлению закупок;			
	Н1.3.4 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		1	
	контракта, за исключением сведений,		1	
	составляющих государственную		1	
	тайну;		1	
	Н1.3.6 организации осуществления			
	оплаты поставленного товара,			
	выполненной работы (ее			
	результатов), оказанной услуги, а		1	
	также отдельных этапов исполнения		1	
	контракта, денежных сумм по		1	
	банковской гарантии в		1	
	предусмотренных случая,		1	
	организации возврата денежных		1	
	средств, внесенных в качестве		1	
	обеспечения исполнения заявок или		1	
	обеспечения исполнения контрактов.			
ПК 1.4.1	Н1.4.1 направления запросов,	1. Формирование проекта	4	4
ПК 1.4.2	приглашений и информации	договора поставки и/или	1	
ПК 1.4.3, ОК 01.1,	потенциальным участникам	внешнеторгового контракта.		
OK 01.2, OK 02.1,	внешнеторгового контракта;	2. Документальное оформление	4	4
OK 02.2, OK 02.3,	Н1.4.2 проведения предварительного	отклонений от выполнения	1	
OK 03.1, OK 03.2,	анализа поступающих коммерческих	обязательств по внешнеторговому		

OV 00 1 OV 00 2		VIOLENT OF THE O		
OK 09.1, OK 09.3	предложений, запросов от	контракту;		
	потенциальных партнеров на			
	внешних рынках; H1.4.3 составления списка			
	отклонений от приемлемых условий			
	внешнеторгового контракта			
	(перечень разногласий);			
	Н1.4.4 документального оформления			
	результатов переговоров по			
	условиям внешнеторгового			
	контракта;			
	Н1.4.5 подготовки сводных отчетов и			
	предложений о потенциальных			
	партнерах на внешних рынках;			
	Н1.4.6 формирования списка			
	потенциальных партнеров для			
	заключения внешнеторгового			
	контракта;			
	Н1.4.7 обработки, формирования,			
	хранения информации и данных об			
	участниках внешнеторгового			
	контракта;			
	Н1.4.8 формирования проекта			
	внешнеторгового контракта;			
	Н1.4.9 осуществления проверки			
	необходимой документации для			
	заключения внешнеторгового			
	контракта; H1.4.10 подготовки процедуры			
	1			
	подписания внешнеторгового контракта с контрагентом			
ПК 1.5.1	Н1.5.1 подготовки документа о	1. Подготовка алгоритма по	4	4
ПК 1.5.1	приемке результатов отдельного	организации претензионной	T	7
ПК 1.5.3, ОК 01.1,	этапа исполнения контракта;	работы.		
OK 01.2, OK 02.1,	Н1.5.2 сбора информации,	Paccian		
OK 02.2, OK 02.3,	документов по вопросам исполнения	2. Оформление претензий при	4	2
OK 03.1, OK 03.2,	обязательств по внешнеторговому	нарушении договорных		
OK 09.1, OK 09.3	контракту;	обязательств;		
	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			
	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.			
ПК 1.6.1	Н1.6.1 выполнения торгово-	1. Оформление продажи товаров	4	6
ПК 1.6.2	технологических операций, в том	с применением цифровых		
ПК 1.6.3, ОК 01.1,	числе с использованием	инструментов: онлайн-касс,		
ОК 01.2, ОК 02.1,	искусственного интеллекта,	электронных платформ, ресурсов		
OK 02.2, OK 02.3,	голосовых помощников, чат-ботов	интернет, безналичных платежей.		
OK 03.1, OK 03.2,	для обработки запросов покупателей			
OK 09.1, OK 09.3	с максимальной скоростью;			

			T	1
	Н1.6.2 организации торговли, в том			
	числе с использованием камер и			
	алгоритмов распознавания лиц для			
	осуществления расчетов с			
	покупателями без применения			
	контрольно-кассовой техники;			
	Н1.6.3 приемки товаров по			
	количеству и качеству; соблюдения			
	правил охраны труда.			
ИТОГО				36
ВД 2 Организаци	ия и осуществление предпринимательс	кой деятельности в сфере торговли	ī	
ПК 2.3.1	Н 2.3.1 проведения сбора,	1. Исследование рынка,	4	4
ПК 2.3.2	мониторинга и систематизации	проведение статистических		
ПК 2.3.3	ценовых показателей товаров с	исследований по ценовым		
ОК 02.1	использованием информационных	показателям		
ОК 02.2	интеллектуальных технологий	2. Сбор, мониторинг и	4	4
OK 02.3		систематизация ценовых		
OR 02.3		показателей товаров,		
		пользующихся наибольшим		
		спросом в торговой организации,		
		по данным которой проводится		
		маркетинговое исследование		
		3. Применение сквозных	4	4
		цифровых технологий при		
		проведении работ по анализу		
		ценовых показателей товаров		
		4. Анализ ценовой политики и	4	4
		ценовой стратегии исследуемой		
		торговой организации		
		5. Установление ценовых	4	4
		конкурентных преимуществ		
		товара на внутреннем и внешних		
		рынках		
		6. Оформление результатов	4	4
		анализа ценовой политики и		
		ценовой стратегии торгового		
		предприятия		
		7. Представление презентации по	4	4
		итогам анализа ценообразования		
		торгового предприятия		
		8. Проверка обоснованности	4	4
		заявленных цен на товары,		
		работы, услуги		
		9. Разработка, внедрение и	4	4
		совершенствование политики		
		ценообразования в организации		
ИТОГО				36
ВД 3 Организаци	ия и осуществление интернет-маркети	нга		
ПК 3.1.1	Н 3.1.1 проведения технического	1. Проведение технического	6	4
ПК 3.1.2	анализа аудируемого веб-сайта	анализа и базового аудита		
ПК 3.1.3	Н 3.1.2 проведения базового аудита	эргономичности (юзабилити)		
OK 01.1, OK 01.2,	эргономичности (юзабилити)	аудируемого веб-сайта		
ОК 01.3, ОК 02.1,	аудируемого веб-сайта	· · · · ·		
ОК 02.2, ОК 02.3,				
ОК 04.2, ОК 09.3		2. Анализ веб-сайтов конкурентов	6	4
		из поисковой выдачи		'
ПК 3.2.1	Н 3.2.1 анализа поисковой выдачи;	1. Анализ поведения	6	4
ПК 3.2.1	Н 3.2.2 анализа поведения	пользователей при поиске		'
ПК 3.2.2	пользователей при поиске	необходимой информации в		
OK 01.1, OK 01.2,	необходимой информации в	информационно-		
OK 01.1, OK 01.2, OK 01.3, OK 02.1,	информационно-	телекоммуникационной сети		
OK 01.3, OK 02.1, OK 02.2, OK 02.3,	телекоммуникационной сети	"интернет".		
J. 02.2, OR 02.3,	1 COINT JITI AUGITORITORI	p		

			1 -	
OK 04.2, OK 09.3	«Интернет»	2. Проверка и корректировка	6	4
		списка ключевых слов и словосочетаний, используемых		
		словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.		
ПК 3.3.1	Н 3.3.1 определения стратегии	1. Размещение текстовых и	6	8
ПК 3.3.2	продвижения в социальных сетях	медийных рекламных объявлений		0
ПК 3.3.3	продвижения в социальных сстях	в социальных медиа		
OK 01.1, OK 01.2,		информационно-		
OK 01.1, OK 01.2, OK 02.1,		телекоммуникационной сети		
OK 02.2, OK 02.3,		«Интернет».		
OK 04.2, OK 09.3		(
311 0 112, 311 0 110				
ПК 3.4.1	Н 3.4.1 размещения рекламных			
ПК 3.4.2	объявлений в социальных медиа	2. Определение стратегии	6	2
ПК 3.4.3	информационно-	продвижения в социальных сетях		
OK 01.1, OK 01.2,	телекоммуникационной сети			
OK 01.3, OK 02.1,	«интернет»			
OK 02.2, OK 02.3,	-			
OK 04.2, OK 09.3				
ПК 3.5.1	Н 3.5.1 разработки лендинга	1. Разработка лендинга	6	4
ПК 3.5.2	Н 3.5.2 составления технических			
ПК 3.5.3	заданий в соответствии с			
OK 01.1, OK 01.2,	требованиями заказчика			
OK 01.3, OK 02.1,				
OK 02.2, OK 02.3,				
OK 04.2, OK 09.3				
ПК 3.6.1	Н 3.6.1 анализа показателей	1. Анализ показателей	6	4
ПК 3.6.2	эффективности проведения	эффективности проведения		
ПК 3.6.3	рекламной кампании;	контекстно-медийной рекламной		
OK 01.1, OK 01.2,	Н 3.6.2 составления отчетов по	кампании.		
OK 01.3, OK 02.1,	результатам выделения сегментов	2. Составление аналитической	6	2
OK 02.2, OK 02.3,	целевой аудитории.	справки, в которой будет		
OK 04.2, OK 09.3		проведен анализ присутствия		
		заказчика в информационном		
		пространстве на основе данных из		
ИТОГО		поисковых систем		36
	рессий рабочих, должностей служащих	,		30
ПК 4.1.1	Н.4.1.1 Креативного мышления,	1. Контакты с производителями	4	6
ПК 4.1.1	аналитическими навыками	рекламы по вопросам	4	0
ПК 4.1.3	diamin formin habbitann	производства рекламного		
OK 01.1, OK 01.2,		продукта.		
OK 01.3, OK 02.1,		2. Составление и оформление	4	6
OK 02.2, OK 02.3,		текстов рекламных объявлений.	_	
OK 03.1				
ПК 4.2.1	Н4.2.1 Медиапланирования,	1. Работа в рекламных	4	6
ПК 4.2.2	пользования инструментами и	акциях в качестве исполнителя		
ПК 4.2.3	программами для создания	2. Использование современных	4	6
OK 01.1, OK 01.2,	рекламных кампаний	информационных и		
ОК 01.3, ОК 02.1,		коммуникационных средств		
OK 02.2, OK 02.3,		продвижения рекламы.		
ОК 03.1		Использование компьютерных		
		технологий для обработки		
		текстовой информации.		
ПК 4.3.1	Н4.3.1 Креативного мышления,	1. Контакты со средствами	4	6
ПК 4.3.2	аналитическими навыками	массовой информации по		
ПК 4.3.3	оформления и создания текстов	вопросам размещения рекламы.		
OK 01.1, OK 01.2,		2. Применение приемов	4	6
OK 01.3, OK 02.1,		создания и обработки		
OK 02.2, OK 02.3,		изображений.		
OK 03.1		_		
ПК 4.4.1	Н.4.4.1 Выполнения рабочие	1. Осуществление рабочих	5	6

ПК 4.4.2 ПК 4.4.3 ОК 01.1, ОК 01.2, ОК 01.3, ОК 02.1, ОК 02.2, ОК 02.3, ОК 03.1	операции с денежными средствами и ценными бумагами	операций по приёму, учёту, хранению и выдаче денежных средств и ценных бумаг.		
ПК 4.5.1 ПК 4.5.2	Н.4.5.1 Ведения кассовую книгу с собственной кассовой отчетностью	1. Оформление первичной кассовой отчётности	5	2
ПК 4.5.3 ОК 01.1, ОК 01.2, ОК 01.3, ОК 02.1, ОК 02.2, ОК 02.3, ОК 03.1		2. Анализ организации ведения и хранения кассовых документов	5	4
ПК 4.6.1 ПК 4.6.2 ПК 4.6.3 ОК 01.1, ОК 01.2, ОК 01.3, ОК 02.1, ОК 02.2, ОК 02.3, ОК 03.1	H.4.6.1 Определения платежности денежных средств	1. Определение платежности денежных средств	5	6
ПК 4.7.1 ПК 4.7.2 ПК 4.7.3 ОК 01.1, ОК 01.2, ОК 01.3, ОК 02.1, ОК 02.2, ОК 02.3, ОК 03.1	Н.4.7.1 Подготовки денежные средства и ценные бумаги для инкассации	1. Подготовка денежных средств для инкассации	5	6
ПК 4.8.1 ПК 4.8.2 ПК 4.8.3	H.4.8.1 Осуществления полного цикла рабочих операций на основных видах контрольно-	1. Знакомство с отраслевыми нормативами рабочих операций на ККМ.	5	2
OK 01.1, OK 01.2, OK 01.3, OK 02.1, OK 02.2, OK 02.3, OK 03.1	кассовой техники	2. Отработка режима «Начало смены» и «Окончание смены» на ККМ. Отработка операции по получению кассового чека в режиме «Регистрация покупок».	5	6
ИТОГО		3. Отработка операций по межремонтному техническому обслуживанию ККМ. Организация и документирование эксплуатации и техобслуживания ККМ.	5	72

3. ОРГАНИЗАЦИЯ И РУКОВОДСТВО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКОЙ

Учебная практика проводится в учебных, учебно-производственных мастерских, лабораториях, полигонах и других объектах университета и МпК, в профильных организациях на основе договора с МГТУ.

Организацию и руководство практикой (если практика проходит в организации) осуществляют руководители практики от МпК и от профильной организации.

Сроки проведения учебной практики устанавливаются в соответствии с учебным планом и календарным учебным графиком.

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.

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 учебной 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.

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 TK $P\Phi$).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

По результатам практики обучающимся составляется отчет. Содержание отчета определяется целями и задачами соответствующего ПМ, вида и программы практики.

Формой промежуточной аттестации по учебной 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.

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 учебной практики обучающийся осваивает должности служащего 20032 Агент рекламный, 23369 Кассир, в соответствии с ФГОС СПО и требованием работодателя.

Квалификационный разряд по должностям служащего 20032 Агент рекламный, 23369 Кассир присваивается в соответствии с квалификационной характеристикой (приложение 5) после выполнения пробных работ, и сдачи квалификационного экзамена по модулю.

Оценка учебной 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
ПК/ОК			для промежуточной аттестации
ВД 1 О	рганизация и осуществление торг	овой деятельности	
ПК 1.1	ПК 1.1.1 Поиск и	Н1.1.1 поиска и	Отчет по практике.
OK 01	систематизация открытых	систематизации открытых	Задание № 1
OK 02	источников информации о	источников информации о	От китайской швейной фабрики
OK 03	внутренних и внешних рынках	внутренних и внешних	«Зория» 20 ноября 2012 г. № 16
OK 09	для сбыта товарной продукции	рынках для сбыта товарной	поступило коммерческое предложение
	ПК 1.1.2 Проведение анализа и	продукции;	ТД «Мечта» заключить договор на
	оценки объема спроса на	Н1.1.2 проведение анализа и	поставку швейных изделий на 2013 г.
	товарную продукцию	оценки объема спроса на	В письме швейной фабрики ТД
	организации на внутренних и	товарную продукцию	«Мечта» предлагается в течение 20
	внешних рынках	организации на внутренних	дней с момента получения
	ПК 1.1.3 Обеспечение	и внешних рынках;	предложения разработать и
	обработки, формирования и	Н1.1.3 обработки,	представить поставщику - китайской
	хранения данных, информации,	формирования и хранения	швейной фабрике – проект договора на
	документов	данных, информации,	поставку швейных изделий. В связи с
		документов, в том числе	этим генеральный директор ТД
		полученных от поставщиков	«Мечта» поручил в указанный срок
		(подрядчиков,	менеджеру по группе швейных товаров
		исполнителей);	И.Н. Петрову подготовить проект
		Н1.1.4 составления перечня	договора на поставку указанных
		требований внешних рынков	товаров и после согласования его
		к товарной продукции	направить поставщику для подписания.

		организации;	Задание № 2
		Н1.1.5 подготовки	От ООО «Интра» 25 октября 2012 г. №
		рекомендаций по	15 поступило коммерческое
		омологации товарной	предложение торговой сети «Микрона»
		продукции по итогам	заключить договор на поставку
		анализа требований	продукции компании «UNILEVER» на
		определенного внешнего	2013 г. В письме торговой сети
		рынка;	«Микрона» предлагается в течение 20
		Н1.1.6 проведения анализа	дней с момента получения
		конъюнктуры и емкости	предложения разработать и
		товарных рынков,	представить поставщику - ООО
		мониторинга внутренних и	«Интра» – проект договора на поставку
		внешних рынков;	продукции компании «UNILEVER». В
		подготовки аналитических	связи с этим генеральный директор
		документов по	торговой сети «Микрона» поручил в
		конкурентным	указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Петрову подготовить
		преимуществам продукции организации на внешних	проект договора на поставку
		рынках.	указанных товаров и после
ПК1.2.	ПК 1.2.1 Осуществление	Н1.2.1 оформления	согласования его направить
OK 01	мониторинга поставщиков	договоров с поставщиками и	поставщику для подписания.
OK 02	(подрядчиков, исполнителей) и	потребителями товаров и	Задание № 3
OK 03	заказчиков в сфере закупок	услуг;	От ООО «Северный Альянс» 15
OK 09	ПК 1.2.2 Установление	Н1.2.2 мониторинга	сентября 2012 г. № 10 поступило
	контактов с деловыми	поставщиков (подрядчиков,	коммерческое предложение ТД
	партнерами и оформление	исполнителей) и заказчиков	«Карусель» заключить договор на
	договоров с поставщиками и	в сфере закупок;	поставку рыбных консервов на 2013 г.
	потребителями товаров и услуг	Н1.2.3 установления	В письме ТД «Карусель» предлагается
	ПК 1.2.3 Составление деловых	контактов с деловыми	в течение 20 дней с момента получения
	писем, предложений, заказов на	партнерами, заключения	предложения разработать и
	поставку товаров, проведение	договоров, предъявления	представить поставщику - ООО
	безналичных расчетов	претензий;	«Северный Альянс» – проект договора
		Н1.2.4 составления деловых	на поставку рыбных консервов. В
		писем, предложений, заказов	связи с этим генеральный директор ТД
		на поставку товаров,	«Карусель» поручил в указанный срок
		проведения безналичных	менеджеру по группе рыбных товаров
		расчетов.	И.Н. Иванову подготовить проект
ПК 1.3	ПК 1.3.1 Формирование	Н1.3.1 формирования	договора на поставку указанных
OK 01	начальной (максимальной) цены	начальной (максимальной)	товаров и после согласования его
OK 02	закупки, описание объекта	цены закупки, описания	направить поставщику для подписания.
OK 03	закупки, требований к участнику	объекта закупки, требований	Задание № 4
OK 09	закупки, порядка оценки	к участнику закупки,	От торговой компании «Меренга» 18 августа 2012 г. № 12 поступило
	участников, проекта контракта ПК 1.3.2 Составление и	порядка оценки участников, проекта контракта;	коммерческое предложение торговой
	оформление закупочной	111 0 0	сети «Магнит» заключить договор на
	документации, осуществление ее	Н1.3.2 составления и оформления закупочной	поставку сдобных булочных изделий и
	проверки для проведения	документации,	мучных кондитерских изделий на 2013
	закупочной процедуры,	осуществления ее проверки	г. В письме торговой сети «Магнит»
	организационно-технического	для проведения закупочной	предлагается в течение 20 дней с
	обеспечения деятельности	процедуры, организационно-	момента получения предложения
	закупочных комиссий, оценки	технического обеспечения	разработать и представить поставщику
	результатов и подведение итогов	деятельности закупочных	– торговой компании «Меренга» –
	закупочной процедуры	комиссий, оценки	проект договора на поставку сдобных
	ПК 1.3.3 Организация	результатов и подведение	булочных изделий и мучных
	осуществления оплаты	итогов закупочной	кондитерских изделий. В связи с этим
	поставленного товара,	процедуры;	генеральный директор торговой сети
	выполненной работы, оказанной	Н1.3.3 осуществления	«Магнит» поручил в указанный срок
	услуги	подготовки протоколов	менеджеру по закупке товаров И.Н.
		заседаний закупочных	Сидорову подготовить проект договора
		комиссий на основании	на поставку указанных товаров и после
		решений, принятых членами	согласования его направить
		комиссии по осуществлению	поставщику для подписания.
		закупок;	

		III 2 4	
		Н1.3.4 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	
TILC 1 4	THE 1 4 1 H	исполнения контрактов.	
ПК 1.4.	ПК 1.4.1 Направление запросов,	Н1.4.1 направления	
OK 01	приглашений и информации	запросов, приглашений и	
OK 02	потенциальным участникам	информации потенциальным	
OK 03	внешнеторгового контракта и	участникам	
OK 09	проведение предварительного	внешнеторгового контракта;	
	анализа поступающих	Н1.4.2 проведения	
	коммерческих предложений,	предварительного анализа	
	запросов от потенциальных	поступающих коммерческих	
	партнеров на внешних рынках	предложений, запросов от	
	ПК 1.4.2 Осуществление	потенциальных партнеров на	
	проверки необходимой	внешних рынках;	
	документации для заключения	Н1.4.3 составления списка	
	внешнеторгового контракта	отклонений от приемлемых	
	ПК 1.4.3 Формирование проекта	условий внешнеторгового	
	внешнеторгового контракта и	контракта (перечень	
	подготовка процедуры	разногласий);	
	подписания внешнеторгового	Н1.4.4 документального	
	контракта с контрагентом	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	
		информации и данных об	
		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	-
ПК 1.5	ПК 1.5.1 Осуществление сбора	Н1.5.1 подготовки	
OK 01	информации, документов по	документа о приемке	
OK 02	вопросам исполнения	результатов отдельного	
OK 03	обязательств по	этапа исполнения контракта;	
OK 09	внешнеторговому контракту	Н1.5.2 сбора информации,	
	ПК 1.5.2 Разработка плана-	документов по вопросам	
	графика контрольных	исполнения обязательств по	
	мероприятий по исполнению	внешнеторговому контракту;	
	обязательств по	Н1.5.3 разработки плана-	
	внешнеторговому контракту	графика контрольных	
	ПК 1.5.3 Обеспечение	мероприятий по исполнению	
	мониторинга и документального	обязательств по	
	оформления отклонений от	внешнеторговому контракту;	
	выполнения обязательств по	Н1.5.4 мониторинга	
	внешнеторговому контракту и	отклонений от выполнения	
	организация претензионной	обязательств по	
	работы	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.	

ВД 2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли ПК 2.3.1 Проведение сбора и применения показателей товаров поколичеству и качеству; соблюдения правил охраны труда. Н 2.3.1 проведение системитивации пеновых показателей товаров пи показателей показателей показателей товаров пи пи предлагат пирокий ассортимент товаров различных брендов и песных категорий. В последнее время наблюдаетоя сниженности пи предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните спедуолую последавательность действий, неполаувативая и умения, задание: Выполните спедуолую последовательного подтики меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните спедуолую последователя необращий предложить меры по подътки предосите предложни предпожни меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните спедуолую последовательных товарых примения курса: 1. Исседовательность действий, неполученные коде и предложения сестемить погребителей стемения получения курса: 1. Исседователенные товаров контурентов. Проверите деления ценовой политики. Задание: Выполните спедуонную последовательного податка неборь по податка н	ПК 1.6. ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 09	ПК 1.6.1 Выполнение торговотехнологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чатботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью ПК 1.6.2 Организация торговли и приемки товаров по	Н1.6.1 выполнения торговотехнологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чатботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; Н1.6.2 организации торговли, в том числе с	
ПК 2.3.1 Проведение сбора и пеновых показателей товаров пК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров пК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров пК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий интеллектуальных пораж отдельных товарых категорий. В последнее время наблюдается синжение объемов продаж отдельных товарых групп, а также уменьшение среднее объемов продаж отдельных товарых групп, а также уменьшение среднего чека покупательных товарых категория интеллектуальных товары и предложений и предложения и предложения и предложения интеллектуальных потутем интеллектуальных потутем интеллектуальных потутем интеллектуальных подучения курса: 1. Исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сетменты потребителей, тендешний средний спроса и предложения подож интеллектуальных потутем интеллектуальных пораж отдельных товарам.		количеству и качеству ПК 1.6.3 Соблюдение правил	использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; Н1.6.3 приемки товаров по количеству и качеству; соблюдения правил охраны	
ПК 2.3.1 Проведение сбора и пеновых показателей товаров пК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров пК 2.3.2 Проведение систематизации ценовых показателей товаров пК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий интеллектуальных пораж отдельных товарых категорий. В последнее время наблюдается синжение объемов продаж отдельных товарых групп, а также уменьшение среднее объемов продаж отдельных товарых групп, а также уменьшение среднего чека покупательных товарых категория интеллектуальных товары и предложений и предложения и предложения и предложения интеллектуальных потутем интеллектуальных потутем интеллектуальных потутем интеллектуальных подучения курса: 1. Исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сетменты потребителей, тендешний средний спроса и предложения подож интеллектуальных потутем интеллектуальных пораж отдельных товарам.	рп 2	DEGUNDANIA W AAVIMAATD JAMAA WAAT		Eu p adono Tongon III
ПК 2.3.2 ПК 2.3.3 ПК 2.3.2 Проведение информации пеновых показателей товаров пК 2.3.2 Проведение информационных интеллектуальных технологий интеллектуальных технологий информационных информационны		i		
ПК 2.3.3 Показателей товаров пК 2.3.3 Проведение испотвъзмания ценовых показателей товаров пК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий технологий ителлектуальных технологий технологий ителлектуальных технологий технологий ителлектуальных получение и внутренней статистики продежим провести комплексный ассортимент товаров реазличных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарымых групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите кклочевые сегменты потребителей, тендещим изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкуренто. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				-
систематизации ценовых показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий интеллектуальных технологий итехнологий интеллектуальных технологий итехнологий интеллектуальных технологий итехнологий итехнологий итехнологий интеллектуальных технологий итехнологий итехнологий итехнологий интеллектуальных технологий итехнологий искновываясь на проведенном анализе рынка и внутренней статистики продаж. Магазин предлагает широкий ассортимент товаров различных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж старитьное среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, использув знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции измения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониториита	ПК 2.3.3		*	, ,
показателей товаров ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий информационных интеллектуальных технологий интеллектуальных данаий и стратегий сетниский ассортинем и проражен и предожения, полученные в ходе изучения куреа: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, технология изменения спроса и предложения, средине цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга	OK 02	- 1 ''	-	
ПК 2.3.3 Использование информационных интеллектуальных технологий технологий политики и стратегии компании, основываюь на проведенном анализе рынка и внутренней статистики продаж. Магазин предлагает широкий ассортимент товаров различных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается синжение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга		1		
информационных интеллектуальных технологий политики и стратегии компании, основываясь на проведенном анализе рынка и внутренней статистики продаж. Магазин предлагает пирокий ассортимент товаров различных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученые в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга			± ±	
интеллектуальных технологий основываясь на проведенном анализе рынка и внутренней статистики продаж. Магазин предлагает широкий ассортимент товаров различных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониториита			<u> </u>	
продаж. Магазин предлагает широкий ассортимент товаров различных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сетменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на налогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторипта				
Магазин предлагает широкий ассортимент товаров различных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				7 -
ассортимент товаров различных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученые в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				-
брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				• • • • •
товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученые в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				1 * _ *
среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				· ·
информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				сегменты потребителей, тенденции
конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга				
собранных данных путем мониторинга				
предложений крупных игроков				предложений крупных игроков

			отрасли.
			2. Анализ внутренних данных
			Используя статистику вашей
			компании, выполните оценку
			динамики продаж основных товарных
			позиций за последний квартал.
			Выделите наиболее востребованные
			категории продукции, выявите
			сезонные колебания спроса.
			Рассчитайте показатели средней
			стоимости единицы товара,
			коэффициента эластичности спроса по цене и прибыльности каждой группы
			товаров.
			3. Анализ ценовой политики компании
			Проанализируйте действующую
			стратегию ценообразования в магазине
			«Техносити». Оцените влияние скидок,
			акций и специальных предложений на
			объем продаж и среднюю стоимость
			покупки. Изучите политику
			конкурентов в области формирования
			конечной цены товара и сравните её с
			показателями вашей компании.
			4. Формулировка выводов и разработка
			рекомендаций
			На основании проведенного
			исследования сформулируйте выводы
			относительно целесообразности
			текущих подходов к формированию
			цен. Предложите конкретные
			рекомендации по оптимизации
			ценовой политики магазина:
			- Как повысить привлекательность
			ассортимента для покупателей разных
			социальных слоев?
			- Какие акции и скидки окажут
			наибольшее положительное
			воздействие на продажи?
			- Следует ли пересмотреть текущие
			ценовые границы для некоторых
			категорий товаров?
			5. Презентация результатов
			Оформите презентацию итогового
			отчета с указанием ключевых выводов
			и разработанных вами мер по
			совершенствованию ценовой
			политики. Укажите используемые
			методы анализа и инструменты
			обработки данных.
			Продемонстрируйте визуализацию
			полученных результатов (графики,
рп 2 О		NHOT MONIGOTHERS	диаграммы).
ВД 3 О ј	рганизация и осуществление инте		OTHET HO HINGUISE
OK 01	ПК 3.1.1 Проведение	Н 3.1.1 проведения	Отчет по практике
OK 01 OK 02	технического анализа	технического анализа	Задание 1.
OK 02 OK 04	аудируемого веб-сайта ПК 3.1.2 Проведение базового аудита	аудируемого веб-сайта Н 3.1.2 проведения базового	Контент-анализ аккаунта в социальной
OK 04 OK 09	эргономичности (юзабилити)	аудита эргономичности	сети Выполните анализ контента
OK 03	аудируемого веб-сайта	(юзабилити) аудируемого	сообщества социальной сети по
	ПК 3.1.3 Проведение аудита	веб-сайта	направлению (на выбор): личный
	визуально-эстетического	bee canta	блог, быоти-блок, профессиональное
	решения аудируемого вебсайта		сообщество, спортивный блог,
L	Pemerina ayanpyenoro beccanta	<u> </u>	оторгивный олог,

оК 01 оксимой выдачи и окое об кодине об кодине об кодине окое об кодине о	ПК 3.2	ПК 3.2.1 Проведение анализа	Н 3.2.1 анализа поисковой	маркетинг и продажи, развлекательное		
13.3.2 анализа повъемения предестать повъемения пользователей при повъем сейтов в поисковой выдаче повъемение ответных повъемение ответных повъемение ответных повъемение ответных поможностог продыжения и поискового продыжения с продыжения поискового продыжения с продыжения поискового продыжения с продыжения поискового продыжения с поискового продыжения поискового продыжения поискового продыжения поискового продыжения поискового продыжения поискового п						
об б об				l '		
развительных меромащими в информационной сеги и информации в сеги Интернет в информации в сеги Интернет в информации в социальных сеги и информации в сеги Интернет в информации в социальных медан информации в социальных сегія, для сайтов, а социальных медан информации в социальных медан информации в социальных медан информации в социальных сегія, для сайтов, а социальных медан информации в социальных медан и социальных медан информации в социальных медан и социальных медан информации и поражения медан и социальных медан и				сообщества согласно пользовательским		
111К 3.2 2 Проведение апализа повеже необходимой информации в информационной сети обитернет» информационной сети обитернето интерестворации интерестворации понеко внобходимой информационной сети обитернето интерестворации понекового продвижения ситерест и понекового продвижения ситерест и понекового продвижения посисового продвижения посисового продвижения продражения сети продвижения продвижения продвижения согоменторизацию для должно предустати продвижения контекстномецийной и медийной каминаний в социальных сетах интерест продвижения контекстномецийной и медийной каминаний в социальных сетах интерест продвижения контекстномецийной и медийной каминаний в социальных сетах интерест продвижения контекстномецийной и медийной каминаний в социальных сетах интерест продвижения контекстномецийной и медийной каминаний в социальных медиа показователей в интернет ресламных объявлений в социальных медиа ости обитернето интернето	OK 09	сайтов в поисковой выдаче		задачам.		
поиске необходимой информационной сети «Интернет» ПК 3.2.3 Определение стратегии поискового продыжения ПК 3.3.1 Проведение стратегии поискового продыжения ПК 3.3.2 ПК 3.3.1 Проведение стратегии продвижения контекстно- медийной и медийной кампаний п сопиальных сетях ПК 3.3.4 ПК 3.3.2 Родеренение стратегии продвижения контекстно- медийной и медийной кампаний п сопиальных сетях ПК 3.3.4 Разработка рекламных ОК 01 ОК 02 пользователей в интернет- ОК 02 пользователей в интернет- ОК 03 пользователей в интернет- «Интернет» ПК 3.4.4 Разработка рекламных ОК 09 ПК 3.4.2 Размещение текстовых рекламных объявлений в сопиальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в сопиальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5.1 Создание текстов для ОК 02 Расчет бюджета на солдание пенциитов, пред собой ставят их организаторы? Вотоветствии с требованиями закачника ПК 3.5.1 Поровдение внашта показателей в функциональных и функциональных		ПК 3.2.2 Проведение анализа		2. Опишите основные типы контента,		
информация в информационной сеги «Интернет» ПК 3.2.3 Определение огратегии поискового продвижения мод пределение агалива в социальных медав сти Интернет» ПК 3.2.3 Проведение огратегии продвижения модулетов пределения в социальных сетях ПК 3.3.1 ПК 3.3.1 Проведение агалива социальных сетях ПК 3.3.2 Определение огратегии продпижения модулетов по результатам в подвежном модулей для развижения модулей для привлечения осинальных сетях ПК 3.4.1 Разработка рекламных объявлений в социальных медав осин Интернет обобщество обобщество обобщество обобщество обобщество обобщество прекламных объявлений в социальных медав осин «Интернет» обобщество пределения осинальных медав осин «Интернет» привлечения по обобщество обобщество обобщество обобщество обобщество обобщество прекламных объявлений в социальных медав осин «Интернет» пределения осинальных медав осинальных медав осин «Интернет» пределения осинальных медав обобщество пределения осинальных осинальных медав обобщество пределения осинальных медав обобщество пределения осинальных медав обобщество пределения осинальных объявлений в социальных объявлений в социальных объявлений в социальных медав осинальных осинал			телекоммуникационной сети			
телекоммунивационной сети		поиске необходимой	«Интернет»	3. Выявите наиболее популярные темы,		
ПК 3.23 Определение стратегии поискового продвижения поискового продвижения (18.3.1 Проведение валализа сего (18.2.2) Определение стратегии продвижения контекством аудитории с целью се сементирования для ризных соляжлыных объявления с соляжлыных объявления в соляжлыных объявления с регультатам в сообществым и с собтветных и с объявленых с стратегии продвижения контекта в сообществым и с объявленых с стратегии продвижения контекта в сообществе, наличие с сообъяствия и т.п. (5. Оделайте выводы с ответствия контекта в сообществым и с объяствия контекта в сообществ контекта в сообществым и с объяствия контекта в сообществия и т.п. (6. Сделайте в мощетия в сообществым и с объяствия контекта в сообществым и с объяствия в питерыет с объяствия в с ответствия контекта в сообществия и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществым и питерыет с сообществия и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществым и с сообществым и и питерыет с сообществия и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществия и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществым и и питерыет с сообществия и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществия и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществым и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществым и с сообществым и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществым и с сообществым и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществым и т.п. (6. Сделайте в контекта в сообществым и т.п. (6. Сделам				которые вызывают больший интерес у		
ПК 3.2 Определение стратегии посмоскового продъяжения в сисивальнах сетам продуктов и целяю е сетамитерации для развата для и продуктов и предуставлять контекствомерийной и мерийной кампаний в социальных сетах ПК 3.3 Определение стратегии продвижения контекствомерийной и мерийной кампаний в социальных сетах ПК 3.3 Определение стратегии продвижения контекствомерийной и мерийной кампаний в социальных сетах ПК 3.4 Разработка рекламинах обобывствой и мерийной кампаний в социальных медиа сети митерыег ПК 3.4.1 Разработка рекламинах объявлений в социальных коразвателей в интернет сообпество поставления предуставления поставления предуставления поставления предуставления поставления поставления предуставления поставления						
Поиксового продвижения				I = =		
ПК 3.3 ПК 3.3 Проведение анализа пелевой аудитории с пельо ее сегментирования для развых задач и продуктов мерийной и медийной кампаний в сощивльных сетих ПК 3.3 Органевшие контекстно-медийной и медийной кампаний в сети Интернет собщество ПК 3.4 Размещения коткостовых для привлечения подоважения бытернет собщество ПК 3.4 Размещение техтовых рекламных объявлений в сотивальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4 Размещение техтовых рекламных объявлений в социвальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4 Размещение техтовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4 Размещение техтовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4 Размещение техтовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5 Гоздание техтов для социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5 Составления технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6 Проведение анализа показателей эффективности проведения в пред собой ставят их организательных медиа пред собой ставят их организател						
ОК 01 оказарам и продуктов пПК 3.2.2 Определение стратегии продвижения в социальных остях пК 3.3.2 Определение стратегии продвижения контекстномедийной и медийной кампаний в соти Интернет пК 3.3.2 Реализация контекстномедийной и медийной кампаний в соти Интернет пК 3.4.1 Размещение техновом объявлений в соти Интернет пК 3.4.2 Размещение техновом рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пК 3.5.1 Составление техновом рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пК 3.5.3 Составление техновом рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пК 3.5.3 Составление технических заданий в сопиальных сети даданий в соответствии с требованиями заказчика пК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пК 3.5.3 Составления обреждения контелей комосаю образувататам выделения сетиетов проездения контелей выделения сетиетов по результатам выделения объектами и явленийми объектами и явлений объемосе о создание пользователей объектами и явленийми объектами и явленийми объектами и явлений объектами и явленийми объектами и явлений задачения объектами и явлений объектами и явлений				1 7		
ОК 02 ОК 03 окращения для разных допивальных сетях общиальных сетях продуктов медийной кампаний в социальных сетях пк 3.3.2 Сопределение стратегии продвижения контекстномецийной кампаний в сети Интернет декламных объявлений в социальных медиа сети (Интернет) пк 3.4.1 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пк 3.4.2 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пк 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пк 3.5.1 Создание текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пк 3.5.1 Создание текстов для пк объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пк 3.5.1 Создание текстов для пк объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пк 3.5.2 Составление текстов, для пк объявлений в социальных медиа сети пк 3.5.2 Составление текстов, для пк объявлений в социальных отей, для сайтов, технических заданий в социальных сета, для сайтов, технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пк 3.5.1 Создание текстов для пк заказчика пк 3.5.1 Создание текстов для пк объявлений в социальных отей, для сайтов, для сайтов, для сотращения пк 3.5.2 составления текстов для пк заказчика пк 3.5.2 Составления пк заказчика пк 3.5.3 Составления для пк заказчика пк 3.5.3 Составление текнических заданий в соответствии с требованиями заказчика пк 3.5.3 Составление текнических заданий в соответствии с требованиями заказчика пк 3.5.3 Составление объявлений в соответствии с требованиями заказчика пк 3.5.3 Составление пк 3.5.2 Составления отчетов по результатам выделения сегиенень медийных рекламных объявлений в соответствии проедения метистов пк объявлений пк 3.5.2 Пк 3.6.1 Проведение анализа ниформационных и фрективности проедения метистов пк объявлений пк 3.5.2 Пк 3.6.2 Проведение анализа ноказателей дофективности проедения метистов пк объявлений пк 3.5.2 Проведение анализа ноказателей дофективности проедения метистов пк объявлений объявлений отчетов по результатам выделения отчетов по результатам выделения стист						
ОК 03 ОК 03 ОК 03 ПК 3.3.2 Определение стратегии продвижения контекствомельной и медийной кампаний в социальных сетях ПК 3.3.3 Реальзация контекстномельной в социальных кампаний в сети Интернет ИК 3.4 ПК 3.5 ПК 3.						
ПК 3.3.2 Определение стратегии продвижения контекстномедийной и медийной кампаний в социальных сетях ПК 3.4.3 Разработка рекламных объявления в социальных медиа сети (митериет) пК 3.4.1 Разработка рекламных объявлений в социальных медиа сети (митериет) пК 3.4.2 Разработка рекламных объявлений в социальных медиа сети (митериет) пК 3.4.3 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети (митериет) пК 3.4.3 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети (митериет) пК 3.4.3 Размещение медийнах рекламных объявлений в социальных медиа сети (митериет) пК 3.4.3 Размещение медийнах рекламных объявлений в социальных медиа сети (митериет) пК 3.5.1 Создание текстов для при медитеритель пк 3.5.1 Создание текстов для пк 3.5.2 составления в соответствии с требованиями заказчика пк 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пк 3.6.3 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекством страниц веб-сайта пк 3.6.2 составления сехненов по результатам выделения сети проведения контекством с страниц веб-сайта показателей эффективности проведения контекством с собъявлений в сосмоществом с объяктам и явлениями, публикащия объектами и явлениями, публикащия новостей о космосе, полудяризация, побъяктам на явлениями, публикащия новостей о космосе, полудяризация, побъяктами и явлениями, публикащия новостей о космосе, полудяризация, а составления с космоческими объектами и явлениями, публикащия новостей о космосом, а так же содание позитивной токомоса оставляных с космосом, а так			социальных сетях	, · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		
продвижения контекстномедийной и медийной кампаний в социальных сетах ПК 3.3.3 Реализация контекстномедийной и медийной кампаний в сети Интернет обобществия интернет объявления в сети интернет объявления в социальных медиа сети интернет объявлений в социальных медиа сети интернет оправляющей в сети интернет оправляющей в социальных медиа сети интернет оправляющей в социальных объявлений в социальный сети интернет оправляющей в социальный станических заданий в состветствии с технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6 ПК 3.6.1 Проведение анализа показателей эффективности проведения потазоватиле от результатам выделении сетментов целевой аудитории. ПК 3.6.2 Составлению от сети обреживающей сетментов целевой аудитории. В 3.6 ПК 3.6.1 Проведение анализа показателей эффективности проведения потазователей обреживающей презультатам выделении сетментов целевой аудитории. В 3.6 ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения отчетов по результатам выделении сетментов целевой аудитории. В 4 3.6.1 проведение анализа показателей забреживающей премещение пользователей, ознакомление с космическими объектами и явлениями, публикация новостей о космосе и спятанных с ими явлениями, публикация новостей о космосе от проведение с сосмическими объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, полузиразания о космосей о космосей о космосей о космосей о космосей						
медийной и медийной кампаний в социальных сетях ПК 3.3. Реализация контекстно-медийной и медийной кампаний в сети Интернет (обобщества и питернет сообщества и питернет сообщества и питернет сообщество об к 09 ПК 3.4. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4. З Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4. З Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5. З создание текстов для социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5. Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, ток 02 об сответствии с требованиями заказчика ПК 3.5. Сотавление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.5. Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной кампании ПК 3.6. З Составление об сразивателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6. З Составление отраниц веб-сайта проведения выпанизационных и функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6. Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6. З Составление отраниц веб-сайта проведения выделения сетментов целевой аудитории объектами и двелений пределания сетментов целевой аудитории объектами и и двелений пределания сетментов целевой аудитории объектами и двеления, пределания сетментов целевой аудитории объектами и и двелениями, публикация неперей объектами и и двелениями, публикация неперей окомосем и связанных с инм явлениями, публикация неперей окомосем (пользователей, ознаживается объектами и явлениями, публикация неперей окомосем, пользователей, ознаживается окомосом, а так же создание пользователей, ознаживается окомосом, а так же создание пользователей, ознаживается окомосом, а так же создание политивной актимих с космосом, а так же создания окотей окомос с полизователей, ознаживается окомо	OK 09			1		
в социальных сетах интересам целевой аудитории. Задание выпользователей в интернет- об Ко 1						
ПК 3.4 ПК 3.4 Разработка рекламных объявления в сети Интернет (обобщество объявления в социальных медна ести (Интернет) (инте				,		
ПК 3.4 ПК 3.4 Разработка рекламных модуагій для привлечения пользователей в интернет сообщество ПК 3.4.2 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пк 3.4.2 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» пк 3.5.1 Создание текстов для об социальных медиа сети «Интернет» пк 3.5.1 Создание текстов для об социальных медиа сети «Интернет» пк 3.5.2 Ок 03 Расчет бюджета на создание технических заданий в сосинальных сетей, для социальных медиа сети пк 3.5.3 Составление технических заданий в сосинальных сетей, для социальных пределатате сервис сетов доля ок 01 ПК 3.6.1 Проведения сети стребованиями заказчика ПК 3.5 ПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстно по результатам выделения сетиентов проведения контекстно медийной рекламной кампании ПК 3.6.2 Составления сетиентов по результатам выделения сетментов проведения контекстно по результатам выделения сетментов предоведения контекстно по результатам выделения сетментов предоведения контекстно по результатам выделения сетментов проведения контекстно по результатам выделения сетментов предоведения контекстно по результатам выделения сетментов просети «Вконтакте» в качестве собщества на базе WIX.com: адинории. Н 3.6.1 анализа показателей объектамной кампании пк 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сетментов пелевой адинтории. Н 3.6.1 анализа показателей объектамной пределия контекстно проведения контекстно проведения контекстно по результатам выделения сетментов пелевой адинтории. Н 3.6.1 анализа показателей объектамной пределия контекстно по результатам выделения объектамной пределия контекстно по результатам выделения сетментов просети «Вконтакте» в качестве собществе пользователей, объектамной пределия контекстно по по результатам выделения объектамной пределия быска предели пр		,		1		
ПК 3.4 ПК 3.4. Пк 3.4. Разработка рекламных объявлений в особщество ОК 02 сообщество ОК 09 ПК 3.4. Разращение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» (ИК 3.4. Разращение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» (ПК 3.4. Разращение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» (ПК 3.4. Разращение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» (ПК 3.5. Соэдание текстов для социальных сетей, для сайтов, ОК 02 дечет бюджета на создание технических заданий в соответствии с требованиями заказчика (ПК 3.5. Сотавление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика (ПК 3.6. Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6. З Составление отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории (ПК 3.6. Сосоставления сетментов целевой аудитории (ПК 3.6. Сосоставления сетментов целевой аудитории (ПК 3.6. Сососос, полудартзация фильмов и видескими объектами и явлениями, публикация повостей о космосо, связанных сетом сожова связанных сетом сожова связанных сетментов и выделения сетментов целевой аудитории (ПК 3.6. Сососос, полудартзация фильмов и видескими объектами и явлениями, публикация повостей о космосо, связанных с космососо, а так же создание полуданных аттерывалов.		· ·				
ПК 3.4 ПК 3.4.1 Разработка рекламных ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 09 ПК 3.4.2 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медма сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медма сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медма сети «Интернет» ПК 3.5.1 Создание текстов для ОК 01 ОК 02 окраина высоправных сетей, для сайтов, ОК 02 окраина высоправных сетей, для сайтов, ок 06 ого предустации в социальных сетей, для сайтов, ок 07 ок 08 ок 09 ок 0						
ОК 01 ОК 09 ПК 3.4.2 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5.1 Создание текстов для об 0К 01 ОК 02 ОК 03 ОК 09 ПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.5.3 Составление птехнических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6.1 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.2 Составление отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории повъзоватия выделения сетментов целевой аудитории выделения сетментов целевой аудитории видемном по результатам выделения сетментов целевой по результатам выделения сетментов целевой аудитории видемном по результатам выделения сетментов целевой по результатам выделения сетментов целевой по результатам выделения сетментов по результатам выделения по результатам выделения сетментов по результатам выделения сетментов по результатам выделения по результатам выделения сетментов по результатам выделения по результатам выделения сетментов по результатам выделения по сетментов по результатам выделения по сотментов по результам выдел	ПК 2 4		H 2 / 1 popusowania	1 , ,		
ОК 02 ОК 03 ОК 09 ПК 3.4.2 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5.1 Создание текстов для ОК 01 ОК 02 ОК 03 Расчет бюджета на создание технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.5.1 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.5.3 Прэрведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании; Н 3.6.1 анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании; Н 3.6.2 составления от результатам выделения сетиентов целевой аудитории порезультатам выделения сетиентов целевой аудитории выделения сетиентов целевой аудитории выделения сетиентов пелевой аудитории выделения сетиентов пелевой аудитории выделения создания и выделения сетиентов пелевой аудитории выделения создания и выделения сетиентов пелевой аудитории выделения сетиентов пелевой аудитории выделения сетиентов пелевой аудитории выделения создания и выделения объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же созданных выделеных с инм явлениями, публикация новостей о космосом, а так же созданиям с космосом, а так же созданиям с космосом, а так же созданиям материалов, связанных с космосом, а так же созданиям контеменной польтоватьной согласнием объектами и явлениями, публикация новостей о космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.						
ОК 03 ОК 09 ОК 01 ОК 3.4.2 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5.1 Озздание текстов для сотиальных сетей, для сайтов, лендинга распрамная сетей, для сайтов, лендинга пкендинга ПК 3.5.2 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6 ОК 09 ОК 09 ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 03 ОК 03 ОК 03 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК			-	*		
ПК 3.4.2 Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5.1 Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, ок 02 расчет бюджета на создание пК 3.5.2 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6.1 Проведение анализа информационных, и функциональных улементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление тежнических ваданий в соответствии с требованиями заказчика показателей эффективности проведения показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории. Технических заданий в соответствии технических задания в поможение и пользования информационных, и функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. Технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ницивизуального участникам с тиндивизуального индивизуального индивизуального индивизуального проведения рекламной кампании. На 3.6.1 Проведение анализа показателей эффективности проведения рекламной кампании. На 3.6.2 Проведение анализа показателей задачи создания блога включают: просвещение пользователей ознакомление с космосом, а так же создания позитивной атмосферы блога засчёт музыкальных материалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога засчёт музыкальных материалов, связанных с космосом содания потативной сосмосе и связанных с нами в выдемени						
рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5.1 Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций ПК 3.5.2 ОК 03 Расчет бюджета на создание технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пк 3.5.4 ПК 3.6.1 Проведение анализа носи затей вывигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории по результатам выделения сетментов целевой аудитории в денетов на объектами и явлениями, публикация но объектами и высомосе, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных						
ПК 3.5 ПК 3.5.1 Создание текстов для соправленых медиа сети информации пред собой ставят их организаторы? Вопросы: 1. Каков характер этой информации, какие цели она преследует? 2. Какие дополнительные возможности предлагает сервис своим участникам? 3. Каковы какие целона предлагает сервис сети «Вконтами» за дентвовать на «умы и сердис» за дентвовать на «умы и сердис» за дентвовать на «умы и сердис» за дентвоват	OK 05					
ПК 3.5 ПК 3.5.1 Создание текстов для сответствии стехнических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6.1 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление стементов целевой аудитории Н 3.6.1 анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление образультатам выделения сегментов целевой аудитории Н 3.6.1 анализа показателей эффективност проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление образультатам выделения сегментов целевой аудитории Н 3.6.1 анализа показателей эффективност проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. Н 3.6.1 анализа показателей эффективност проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. Н 3.6.1 анализа показателей эффективност проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.2 Проведение отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. Н 3.6.1 анализа показателей эффективност проведения контекстномедийной рекламной кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. Н 3.6.1 анализа показателей эффективност проведения контекстномедийной рекламной кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. Н 3.6.1 анализа показателей эффективност проведения контекстномедийной рекламной кампании; Н 3.6.2 параже в качестве сообщества на базе WIX.com: https://lilyal.p97.wixsite.com/spase в качестве сайта. Осноя выделения объектами и явлениями, публикация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.			«интернет»			
ПК 3.4.3 Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5 ПК 3.5.1 Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, ОК 02 ОК 03 ОК 09 ПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6 ПК 3.5.1 Проведение анализа использования информационных и навигационных и навигационных и навигационных и проведение янализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составления сетментов целевой аудитории сетментов целевой аудитории выделения сетментов целевой аудитории выделения сетментов целевой аудитории на выделения сетментов целевой аудитории объектами и явлениями, публикация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же созданны созтавных асчёт музыкальных материалов, асчёт музыкальных материалов.						
рекламных объявлений в социальных медиа сети «Интернет» ПК 3.5 ОК 01 ОК 02 ОК 02 ОК 03 ОК 09 ПК 3.5.1 Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, оне динигов, презентаций ПК 3.5.2 разработки лендинга передлагает сервис своим участникам? 3. Каковы возможности предлагает сервис своим участникам? 3. Каковы возможности преслетовит с требованиями заказчика показателей использования использования информационных и функциональных и функциональных лементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. В 3.6.1 анализа показателей эффективности проведения рекламной кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. В 3.6.1 анализа показателей эффективности проведения проведения выделения сегментов целевой аудитории. В 3.6.1 анализа показателей обрективности проведения рекламной кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. В 3.6.1 анализа показателей обрективности проведения выделения сегментов целевой аудитории. В 3.6.2 проведение анализа показателей обрективности проведения выделения обрективности проведения обрективности пороведения пользователей, ознакомление с космосо и связанных с ним явлений. Задачи с оздания блога включают: просвещение пользователей, ознакомление с космосо, автачных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.						
ПК 3.5 ПК 3.5.1 Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, ок 02 лендинга пк 3.5.2 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пк 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика пк 3.6.1 Проведение анализа использования информационных и функциональных лементов страниц веб-сайта пк 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании пк 3.6.3 Составления сетментов целевой аудитории. В 3.6 Составление отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории. В 3.6.1 Проведения отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории. В 3.6.1 Проведения отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории. В 3.6.1 Проведения сетментов целевой аудитории. В 3.6.1 анализа показателей зфективности проведения рекламной кампании; Н 3.6.2 составления сетментов целевой аудитории. В 3.6.1 анализа показателей зфективности проведения отчетов по результатам выделения сетментов аудитории. В 3.6.1 анализа показателей зфективности проведения отчетов по результатам выделения сетментов по результатам выделения отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории. В 3.6.1 анализа показателей заданий в кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории. В 3.6.1 анализа показателей задания от проведения выделения сетментов по результатам выделения отчетов по отважкомление с космосом, оставанных с ним явлений. Задачи создания отважкомление с космосом, оставанных с космосом, оставанных с космосом, оставания и выдементо отчетов по отважкомление с космосом, оставанных с космосом, оставания в отчетов по отчетов по отчетов по отчето						
ПК 3.5 ПК 3.5.1 Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций ПК 3.5.2 Расчет бюджета на создание технических заданий в сответствии с требованиями заказчика ТПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ТПК 3.6.1 Проведение анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории Намирам и выделения объектами и явлениями, публикация новостей о космосе и создание создания и выделения объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создания с космосом, а так же создания с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.		•				
ПК 3.5 ПК 3.5.1 Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций ПК 3.5.2 Расчег бюджета на создание технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6 ПК 3.6.1 Проведение анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сетментов целевой аудитории ПК 3.6.1 Проведение образультатам выделения сетментов по результатам выделения сетментов перезультатам выделения сетментов пелевой аудитории. Н 3.5.1 разработки лендинга ПРК 3.5.2 составления в технических заданий в соответствии с технических заданий в соответствии с требованиями заказчика Н 3.5.1 разработки лендинга предлагает сервис своим участникам? 3. Каковы возможности индивидуального участника сетм воздействовать на «умы и сердца» других участников? Задание 3. «Интернет-блог любителей космоса» Интернет-блог любителей космоса создан в 2017 году на базе Сидильной технических пребованиями заказчика Н 3.6.1 анализа показателей задание 3. «Интернет-блог любителей космоса создан в 2017 году на базе Сидильной технических пребованиями заказчика Н 3.6.1 анализа показателей задание 3. «Интернет-блог любителей космоса создан в 2017 году на базе Сидильной технических пребованиями заказчика Н 3.6.1 анализа показателей задание 3. «Интернет-блог любителей космоса создан в 2017 году на базе Сидильной технических предоставлено объектами и являлось формирование пользователей задачи создания блога включает и просвещение пользователей задачи создания блога включает и просвещение пользователей задачи создания потаком предоставлено объектами и являлось формирование		· ·		2. Какие дополнительные возможности		
ОК 01 ОК 02 Расчет бюджета на создание лендингов, презентаций ПК 3.5.2 Расчет бюджета на создание лендинга ПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6.1 Проведение анализа информационных и навигационных и объектами выделения проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории выделения сегментов целевой аудитории объектами и явлениями, публикация новостей о коемосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с коемосом, а так же созданных с коемосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.	ПК 3.5		Н 3.5.1 разработки лендинга	предлагает сервис своим участникам?		
ОК 03 ОК 09	OK 01			3. Каковы возможности		
ОК 09	OK 02	лендингов, презентаций ПК 3.5.2	технических заданий в	1		
ПК 3.5.3 Составление технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6.1 Проведение анализа информационных, оК 03 информационных и функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей аудитории. Н 3.6.2 Составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории ПК 3.6.3 Составления отчетов по результатам выделения сегментов по результатам выделения создания интернетоблога задания окосмосе и связанных с космосо пользователей, ознакомление с космическими объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.	OK 03	Расчет бюджета на создание	соответствии с			
технических заданий в соответствии с требованиями заказчика ПК 3.6 ОК 01 ОК 02 ОК 02 ОК 03 ОК 09 ОК	OK 09	лендинга	требованиями заказчика			
ок 03 ок 09 функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения рекламной кампании ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения рекламной кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории выделения сегментов целевой аудитории		ПК 3.5.3 Составление				
ПК 3.6 ПК 3.6.1 Проведение анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей аудитории. В 3.6.2 Проведение анализа показателей достовения отчетов по результатам выделения и проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. В 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов по результатам выделения по результата						
ПК 3.6 ПК 3.6.1 Проведение анализа использования информационных, информационных и ок 09 функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. ПК 3.6.3 Проведение анализа показателей эффективности проведения отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. ПК 3.6.3 Проведение анализа показателей эффективности проведения отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. ПК 3.6.3 Проведение анализа показателей эффективности презультатам выделения сегментов целевой аудитории. ПК 3.6.3 Проведение анализа показателей эффективности проведения отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. ПК 3.6.3 Проведение анализа показателей эффективности проведения отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. ПК 3.6.3 Проведение анализа показателей отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. ПК 3.6.3 Проведение анализа показателей ображения отчетов по результатам выделения объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.		соответствии с требованиями				
ОК 01 ОК 02						
ОК 02 информационных, навигационных и оказателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составления отчетов медийной рекламной кампании сегментов целевой аудитории объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.		•				
ОК 03						
ОК 09 функциональных элементов страниц веб-сайта ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.		1 1				
сегментов показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории просвещение пользователей, ознакомление с космическими объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.		·				
ПК 3.6.2 Проведение анализа показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.	OK 09	1.5	± •			
показателей эффективности проведения контекстномедийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории пользователей, объектами и явлениями, публикация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.		* ·	·			
проведения контекстно- медийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.			аудитории.			
медийной рекламной кампании ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории видения объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.						
ПК 3.6.3 Составление отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории повостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.						
результатам выделения сегментов целевой аудитории новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.						
сегментов целевой аудитории новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.				объектами и явлениями, публикация		
фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.				новостей о космосе, популяризация		
связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.		теми деневой издитории		I = =		
создание позитивной атмосферы блога за счёт музыкальных материалов.				связанных с космосом, а так же		
				создание позитивной атмосферы блога		
ВЛ 4 Освоение профессий рабочих должностей служания				за счёт музыкальных материалов.		
од т освоение профессии разочил, должностей служащих	ВД 4 О					

20032 Are	ент рекламный		
ПК.4.1 ОК 01 ОК 02 ОК 03	ПК 4.1.1 Изучение рыночного сегмента и целевой аудитории ПК 4.1.2 Определение темы и цели рекламной компании ПК 4.1.3 Поиск и отбор рекламных идей для проведения рекламной компании	Н.4.1.1Креативного мышления, аналитическими навыками	Отчет по практике. Задание Компания «Комфортный дом», занимающаяся продажей мебели, планирует запустить новую рекламную кампанию для продвижения своей продукции среди целевой аудитории мололи у семей Ваш отлел маркетинга
ПК.4.2 ОК 01 ОК 02 ОК 03	ПК 4.2.1 Разработка рекламной стратегии проекта ПК 4.2.2 Разработка плана рекламной кампании ПК 4.2.3 Разработка рекламной продукции	Н4.2.1 Медиапланирования, пользования инструментами и программами для создания рекламных кампаний	молодых семей. Ваш отдел маркетинга получил задание разработать концепцию рекламной кампании и подготовить тексты рекламных объявлений. Задача: Разработать сценарий взаимодействия с производителем рекламы и создать рекламные объявления для нескольких каналов коммуникации. Этапы решения задачи: 1. Исследование рынка и аудитории: Проанализируйте рынок мебельной продукции в вашем регионе. Определите предпочтения молодой семьи в выборе мебели, средний уровень доходов, основные каналы потребления информации и мотивации к покупке. Используйте любые доступные вам ресурсы (интернет, опросы, фокус-группы). Подготовьте краткий отчёт с выводами. 2. Контакт с производителем рекламы: Свяжитесь с несколькими компаниями-производителями рекламы (предоставлены контакты трёх компаний), обсудите с ними ваши требования и возможности реализации проекта. Запросите коммерческие предложения с подробным описанием услуг и ценами. Выберите оптимальную компанию для сотрудничества. 3. Подготовка текста рекламного объявления: Создайте три варианта текста рекламного объявления следующих каналах: - Интернет-сайт компании («Комфортный дом») - Социальные сети (Instagram, VKontakte) - Наружная реклама (баннеры) Каждый вариант должен соответствовать стилю канала и привлекать внимание потенциального клиента. Обратите особое внимание на лаконичность и ясность изложения информации. 4. Анализ и утверждение материалов: Обсудите подготовленные материалов сруководителем отдела маркетинга и внесите необходимые правки. Согласуйте выбранный макет с дизайнерским отделом производителя

			POVETOWA
23369 Kac	сир		рекламы. 5. Запуск и оценка эффективности: После запуска рекламной кампании оцените её эффективность путём сбора обратной связи от клиентов и сотрудников. Сделайте вывод о качестве выполненных работ и возможной коррекции стратегии
ПК.4.3	ПК 4.3.1 Создание рекламных	Н4.3.1 Креативного	Отчет по практике.
OK 01 OK 02 OK 03	слоганов ПК 4.3.2 Создание текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций ПК 4.3.3 Оформление рекламного объявления	мышления, аналитическими навыками оформления и создания текстов	Кейс - задача №1. Вы работаете кассиром в ООО «Сияние» (исходные данные представлены в методических указаниях по учебной практики). Задание: 1. Составить корреспонденцию счетов по хозяйственным операциям за июнь 20 г. и запишите в журнал
ПК.4.4 ОК 01 ОК 02 ОК 03	ПК 4.4.1 Соблюдение подготовительного этапа работы на ККТ на основании отраслевого норматива ПК 4.4.2 Проведение расчетов с покупателями на ККТ ПК 4.4.3 Соблюдение заключительного этапа работы на ККТ на основании отраслевого норматива	Н.4.4.1 Выполнения рабочие операции с денежными средствами и ценными бумагами	регистрации хозяйственных операций. 2. Используя сведения об организации, заполнить первичные учетные документы: 2.1. Приходный кассовый ордер (ф. № КО – 1); 2.2. Расходный кассовый ордер (ф. № КО – 2). ст кассовой книги по операциям за день (ф. № КО – 4). 3. Сформировать регистры бухгалтерского учета по учету
ПК.4.5 ОК 01 ОК 02 ОК 03	ПК 4.5.1 Составление кассовых чеков ПК 4.5.2 Составление первичной кассовой отчетности ПК 4.5.3 Ведение кассовой книги	Н.4.5.1 Ведения кассовую книгу с собственной кассовой отчетностью	денежных средств: 3.1. Журнал—ордер №1 и ведомость №1 за июнь 20 (остаток по счету 50 на 01.06.20г. — 1 500). Подсчитать остаток денежных средств на конец месяца; 3.2. Журнал—ордер №2 и ведомость №2 за июнь 20 (остаток по счету 51 на
ПК.4.6 ОК 01 ОК 02 ОК 03	ПК 4.6.1 Проведение проверки платежеспособности денежных знаков ПК 4.6.2 Установление адекватности методов контроля денежных знаков ПК 4.6.3 Применение методов контроля денежных знаков в действующих условиях	Н.4.6.1 Определения платежности денежных средств	01.06.20_г. — 540 500). Подсчитать остаток денежных средств на конец месяца 3.3. Лист кассовой книги по операциям за день (ф. № КО – 4). Кейс - задача №2. Вы работаете кассиром в ООО «Сияние», Вам необходимо: 1. Оформить начало рабочей смены кассира. 2. Получить чек со сдачей на покупку на контрольно-кассовой технике согласно карточке заданий.
ПК.4.7 ОК 01 ОК 02 ОК 03	ПК 4.7.1 Оформление кассового отчета в соответствии с инструкциями Банка России ПК 4.7.2 Составление покупюрной описи сменной выручки на основании отраслевого норматива ПК 4.7.3 Подготовка денежных средств и ценных бумаг для инкассации ПК 4.8.1 Осуществление	Н.4.7.1 Подготовки денежные средства и ценные бумаги для инкассацииН.4.8.1 Осуществления	согласно карточке задании. 3. Оформить окончание рабочей смены на контрольно-кассовой технике. 4. Оформить пакет документов кассира-операциониста: 4.1. Справка-отчет кассира-операциониста (ф. № КМ – 6); 4.2. Акт о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам (ф. № КМ – 3).
1111.7.0	ПК 4.8.1 Осуществление	Н.4.8.1 Осуществления	4.3. Журнал кассира-операциониста (ф.

OK 01	предписанных правилами	полного цикла рабочих	<i>N</i> ₂ KM − 4);
OK 02	подготовительных рабочих	операций на основных видах	4.4. Приходный кассовый ордер на
OK 03	операций на ККТ	контрольно-кассовой	отражении торговой выручки за день в
	ПК 4.8.2 Осуществление	техники	кассе организации (ф. № КО – 1)
	предписанных правилами		4.5. Заполнить лист кассовой книги по
	регистрационных рабочих		операциям за день (ф. № КО – 4).
	операций на ККТ		КАРТОЧКА-ЗАДАНИЕ № 1
	ПК 4.8.3 Осуществление		1. Оформить покупку на ККМ «ЭКР-
	предписанных правилами		2102 К» с оплатой купюрой номиналом
	заключительных рабочих		500 рублей:
	операций на ККТ		□ Конфеты «Двойная радость» -
			128р.00коп.
			□ Печенье «К кофе» - 64р.00коп.
			□ Конфеты «Сливочные» -
			72р.00коп.
			□ Вафли - 18р.00коп.

5 ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

По окончании учебной 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.

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.). 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 ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

ВД 1 Организация и осуществление торговой деятельности

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

Введение. Во введении представляются цели и задачи практики, сроки и место (наименование организации) прохождения практики. 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:
 - 1. Разработать условия договора поставки
 - 2. Подготовить проект договора поставки
 - 3. Направить поставщику договор поставки на согласование

Выводы. Раздел отчёта, в котором обучающимся делаются выводы о достижении цели учебной практики и решении поставленных практикой задач, а также представляется собственное мнение по отработке практических навыков во время прохождения практики.

Приложения - заключительный раздел отчёта, содержащий копии созданных документов, по перечню приложений, указанному в задании на практику:

1. Унифицированная форма договора поставки.

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 представляются цели и задачи практики, сроки и место (наименование организации) прохождения практики. 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:
 - 1. Провести анализ бизнеса
 - 2. Построение модели бизнеса
 - 3. Рассчитать экономические показатели бизнеса

Выводы. Раздел отчёта, в котором обучающимся делаются выводы о достижении цели учебной практики и решении поставленных практикой задач, а также представляется собственное мнение по отработке практических навыков во время прохождения практики.

Приложения - заключительный раздел отчёта, содержащий копии созданных документов, по перечню приложений, указанному в задании на практику:

1. Таблицы в Excel

ВД 3 Организация и осуществление интернет-маркетинга

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

и приложения.

Введение. Во введении представляются цели и задачи практики, сроки и место (наименование организации) прохождения практики. 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:
 - 1. Выполнить анализ контента сообщества социальной сети
 - 2. Проанализировать информацию, размещенную в социальной сети Вконтакте
 - 3. Создать Интернет-блог любителей космоса

Выводы. Раздел отчёта, в котором обучающимся делаются выводы о достижении цели учебной практики и решении поставленных практикой задач, а также представляется собственное мнение по отработке практических навыков во время прохождения практики.

Приложения - заключительный раздел отчёта, содержащий копии созданных документов, по перечню приложений, указанному в задании на практику:

1. Таблицы в Excel

ВД 4 Освоение профессий рабочих, должностей служащих (20032 Агент рекламный)

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

Введение. Во введении представляются цели и задачи практики, сроки и место (наименование организации) прохождения практики. 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:
 - 1. Исследование рынка и аудитории.
 - 2. Создайте контакт с производителем рекламы.
 - 3. Подготовьте текст рекламного объявления.
 - 4. Анализ и утверждение материалов.
 - 5. Запуск и оценка эффективности.

Выводы. Раздел отчёта, в котором обучающимся делаются выводы о достижении цели учебной практики и решении поставленных практикой задач, а также представляется собственное мнение по отработке практических навыков во время прохождения практики.

Приложения - заключительный раздел отчёта, содержащий копии созданных документов, по перечню приложений, указанному в задании на практику:

1. Шаблон презентации PowerPoint

ВД 4 Освоение профессий рабочих, должностей служащих (23369 Кассир)

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

Введение. Во введении представляются цели и задачи практики, сроки и место (наименование организации) прохождения практики. 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:
- 1. Составить корреспонденцию счетов по хозяйственным операциям за июнь и записать их в журнал регистрации хозяйственных операций.
 - 2. Заполнить первичные учетные документы:
 - Приходный кассовый ордер (форма №КО-1),
 - Расходный кассовый ордер (форма №КО-2).
 - 3. Сформировать регистры бухгалтерского учета по учету денежных средств:
 - 4. Оформить начало рабочей смены кассира.
 - 5. Получить чек со сдачей на покупку на контрольно-кассовой машине (ККМ):
 - 6. Оформить окончание рабочей смены на ККМ.
 - 7. Оформить пакет документов кассира-операциониста,

Выводы. Раздел отчёта, в котором обучающимся делаются выводы о достижении цели учебной практики и решении поставленных практикой задач, а также представляется собственное мнение по отработке практических навыков во время прохождения практики.

Приложения - заключительный раздел отчёта, содержащий копии созданных документов, по перечню приложений, указанному в задании на практику:

- 1. Унифицированные формы:
- Журнал-ордер №1 и ведомость №1 (счет 50), подсчитав остаток на конец июня,
- Журнал-ордер №2 и ведомость №2 (счет 51), подсчитав остаток на конец июня,
- Лист кассовой книги (форма №КО-4).
- Справка-отчёт кассира-операциониста (форма №КМ-6),
- Акт о возврате денежных сумм покупателям (форма №КМ-3),
- Журнал кассира-операциониста (форма №КМ-4),
- Приходный кассовый ордер на отражение торговой выручки за день (форма №КО-1),
- Лист кассовой книги по операциям за день (форма №КО-4).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

ФОРМА ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

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 учебной практике

TIME O	(код и наименование специальности)
ПМ.0п	(индекс и наименование профессионального модуля)
	Обучающегося (-щейся) гр
	(И.О. Фамилия)
	Организация:
	(наименование места прохождения практи
	(наименование места прохождения практи Руководитель практики от организации
	Руководитель практики от организации
	Руководитель практики от организации (И.О. Фамилия)

Магнитогорск, 20___

ФОРМА ВНУТРЕННЕЙ ОПИСИ ДОКУМЕНТОВ, НАХОДЯЩИХСЯ В ОТЧЕТЕ ПО ПРАКТИКЕ

ВНУТРЕННЯЯ ОПИСЬ документов, находящихся в отчете

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

No	Наименование документа	Стр
п/п		
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 учебную практику

Обучающегося (-щейся) гр.	
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	(И.О. Фамилия)

38.02.08 Торговое дело

ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности

Цели практики:

- 1. Приобретение и углубление практического опыта
- 1.1 ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09

Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ
ПК 1.1.1	Н1.1.1 поиска и систематизации	1. Составление перечня требований внешних
ПК 1.1.2	открытых источников информации	рынков к товарной продукции организации
ПК 1.1.3	о внутренних и внешних рынках	2. Подготовка рекомендаций по омологации
OK 01, OK 02,	для сбыта товарной продукции;	товарной продукции по итогам анализа требований
OK 03, OK 04,	Н1.1.2 проведение анализа и	определенного внешнего рынка
OK 09	оценки объема спроса на товарную	
	продукцию организации на	
	внутренних и внешних рынках;	
	Н1.1.3 обработки, формирования и	
	хранения данных, информации,	
	документов, в том числе	
	полученных от поставщиков	
	(подрядчиков, исполнителей);	
	Н1.1.4 составления перечня	
	требований внешних рынков к	
	товарной продукции организации;	
	Н1.1.5 подготовки рекомендаций	
	по омологации товарной	
	продукции по итогам анализа	
	требований определенного	
	внешнего рынка;	
	Н1.1.6 проведения анализа	
	конъюнктуры и емкости товарных	
	рынков, мониторинга внутренних и	
	внешних рынков; подготовки	
	аналитических документов по	
	конкурентным преимуществам	
	продукции организации на	
HI 1 0 1	внешних рынках	1 0
ПК 1.2.1	Н1.2.1 оформления договоров с	1. Составление коммерческого предложения,
ПК 1.2.2	поставщиками и потребителями	запроса, оферты, сопроводительного письма.

	<u>, </u>	
ПК 1.2.3,	товаров и услуг;	2. Подготовка сводных отчетов и предложений о
OK 01, OK 02,	Н1.2.2 мониторинга поставщиков	потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем
ОК 03,	(подрядчиков, исполнителей) и	рынках.
OK 04, OK 09	заказчиков в сфере закупок;	
,	Н1.2.3 установления контактов с	
	деловыми партнерами, заключения	
	1	
	претензий;	
	Н1.2.4 составления деловых писем,	
	предложений, заказов на поставку	
	товаров, проведения безналичных	
	расчетов	
ПК 1.3.1	Н1.3.1 формирования начальной	1. Формирование начальной (максимальной) цены
ПК 1.3.2	(максимальной) цены закупки,	закупки, описания объекта закупки, требований к
ПК 1.3.3,	описания объекта закупки,	участнику закупки, порядка оценки участников,
OK 01, OK 02,	требований к участнику закупки,	проекта контракта
OK 03, OK 04,	порядка оценки участников,	2. Формирование списка потенциальных партнеров
OK 09, OK 01,	проекта контракта;	для заключения договоров на поставку и/или
OR 07	Н1.3.2 составления и оформления	*
	1 -	заключения внешнеторгового контракта
	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;	
	Н1.3.4 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.	
ПК 1.4.1	Н1.4.1 направления запросов,	1. Формирование проекта договора поставки и/или
ПК 1.4.2	приглашений и информации	внешнеторгового контракта.

ПК 1.4.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 09 Потенциальным участникам внешнеторгового контракта; Н1.4.2 проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; Н1.4.3 составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; Н1.4.5 подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных	отклонений от ешнеторговому
ОК 03, ОК 04, ОК 09 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	ешнеторговому
ОК 09 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	
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	
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	
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	
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	
Н1.4.3 составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; Н1.4.5 подготовки сводных отчетов	
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	
условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); H1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; H1.4.5 подготовки сводных отчетов	
контракта (перечень разногласий); H1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; H1.4.5 подготовки сводных отчетов	
H1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; H1.4.5 подготовки сводных отчетов	
H1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; H1.4.5 подготовки сводных отчетов	
оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; H1.4.5 подготовки сводных отчетов	
переговоров по условиям внешнеторгового контракта; H1.4.5 подготовки сводных отчетов	
внешнеторгового контракта; Н1.4.5 подготовки сводных отчетов	
Н1.4.5 подготовки сводных отчетов	
т и послаожении о потенциальных г	
партнерах на внешних рынках;	
Н1.4.6 формирования списка	
потенциальных партнеров для	
заключения внешнеторгового	
контракта;	
Н1.4.7 обработки, формирования,	
хранения информации и данных об	
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	
ПК 1.5.1 Подготовки документа о 1. Подготовка алгоритма по	организации
ПК 1.5.2 приемке результатов отдельного претензионной работы.	
ПК 1.5.3, этапа исполнения контракта;	
ОК 01, ОК 02, Н1.5.2 сбора информации, 2. Оформление претензий при	и нарушении
ОК 03, ОК 04, документов по вопросам договорных обязательств;	
ОК 09 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	
применению мер ответственности и совершению соответствующих	
применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения	
применению мер ответственности и совершению соответствующих	
применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.	
применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому	

ПК 1.6.3,	числе с использованием	платформ,	ресурсов	интернет,	безналичных
OK 01, OK 02,	искусственного интеллекта,	платежей.			
OK 03, OK 04,	голосовых помощников, чат-ботов				
OK 09	для обработки запросов				
	покупателей с максимальной				
	скоростью;				
	Н1.6.2 организации торговли, в том				
	числе с использованием камер и				
	алгоритмов распознавания лиц для				
	осуществления расчетов с				
	покупателями без применения				
	контрольно-кассовой техники;				
	Н1.6.3 приемки товаров по				
	количеству и качеству; соблюдения				
	правил охраны труда.				

Задание на практику

№ п/п	Содержание работ на практике	Примерные сроки выполнения
1	Задание №1 От китайской швейной фабрики «Зория» 20 ноября 2012 г. № 16 поступило коммерческое предложение ТД «Мечта» заключить договор на поставку швейных изделий на 2013 г. В письме швейной фабрики ТД «Мечта» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику - китайской швейной фабрике — проект договора на поставку швейных изделий. В связи с этим генеральный директор ТД «Мечта» поручил в указанный срок менеджеру по группе швейных товаров И.Н. Петрову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания. Порядок выполнения заданий: 1. Анализ письма китайской фабрики: изучить предлагаемые условия сотрудничества, включая ассортимент, объемы, сроки, цену, оплату и доставку. 2. Сбор исходных данных ТД «Мечта»: определить потребности компании, провести внутренние консультации с менеджерами и финансистами. 3. Разработать структуру договора: включить ключевые положения (преамбулу, предмет, цену, расчеты, ответственность, форс-мажоры, реквизиты сторон). 4. Согласовать проект: передать юристам и финансистам для правовой экспертизы и внесения изменений. 5. Направить проект поставщику: утвердив проект у руководства, послать китайский стороне для обсуждения и согласования. 6. Завершить процедуру заключения договора: после согласования оформить и подписать оба экземпляра договора, организовать хранение копий в архиве компании.	Три дня
2	Задание №2 От ООО «Интра» 25 октября 2012 г. № 15 поступило коммерческое предложение торговой сети «Микрона» заключить договор на поставку продукции компании «UNILEVER» на 2013 г. В письме торговой сети «Микрона» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику - ООО «Интра» — проект договора на поставку продукции компании «UNILEVER». В связи с этим генеральный директор торговой сети «Микрона» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Петрову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания. Порядок выполнения работы 1. Изучите письмо: внимательно ознакомьтесь с условиями предложения («Микрона») о сотрудничестве, сроках поставки, ассортименте продукции UNILEVER, ценах и условиях оплаты. 2. Определите требования вашей компании: проведите внутреннюю консультацию с отделом закупок, логистическим подразделением и финансовыми специалистами, чтобы уточнить потребности и возможности компании.	Три дня

3. Разработайте структуру договора: создайте проект договора, включив такие элементы, как преамбула, предмет договора, обязательства сторон, цена и порядок расчетов, ответственность сторон, форс-мажор, условия разрешения споров и реквизиты сторон. 4. Проведите юридический и финансовый аудит: передайте проект договора юридическим и финансовым службам для анализа возможных юридических и финансовых рисков, учитывая международные нормы и законодательство РФ. 5. Согласуйте проект договора: получите одобрение генерального директора компании на разработанный проект договора. 6. Отправьте проект контрагенту: после завершения внутреннего согласования направьте проект договора на подпись представителю ООО «Интра». 7. Обеспечьте заключение договора: после достижения согласия обеих сторон организуйте обмен подписанными копиями договора и сохраните копию договора в архиве компании. 3 Задание №3 От ООО «Северный Альянс» 15 сентября 2012 г. № 10 поступило коммерческое предложение ТЛ «Карусель» заключить договор на поставку рыбных консервов на 2013 г. В письме ТД «Карусель» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику - ООО «Северный Альянс» – проект договора на поставку рыбных консервов. В связи с этим генеральный директор ТД «Карусель» поручил в указанный срок менеджеру по группе рыбных товаров И.Н. Иванову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания. Порядок выполнения работы 1. Изучите поступившее коммерческое предложение ООО «Северный Альянс», обратив особое внимание на ассортимент, объем поставок, цены, условия оплаты и сроки поставки. 2. Проанализируйте потребность и готовность своей компании (ТД «Карусель») принять указанные условия поставки, выяснив мнения отделов закупок, финансов и маркетинга. 3. Разработайте проект договора поставки, включив такие основные разделы, как: - Преамбула (реквизиты сторон, основание заключения договора). Три дня - Предмет договора (виды и объемы рыбных консервов). - Цену, общую сумму контракта и валюту расчетов. - График поставок и порядок приемки продукции. - Обязанности сторон, права и ответственность за невыполнение условий договора. - Возможность одностороннего расторжения договора, условия страхования и перевозки грузов. - Дополнительные соглашения и приложения (если необходимо). 4. Отправьте разработанный проект договора на проверку юристам и экономистам вашей компании для выявления возможных правовых финансовых рисков. 5. Получите внутреннее согласование проекта договора от руководителя компании (генерального директора). 6. Направьте утвержденный проект договора поставщику (ООО «Северный Альянс»). 7. Если потребуется, обсудите и согласуйте возникающие вопросы с представителем поставщика. 8. Заключите договор после двустороннего согласования и обмена подписанными экземплярами. 4 Задание №4 От торговой компании «Меренга» 18 августа 2012 г. № 12 поступило коммерческое предложение торговой сети «Магнит» заключить договор на поставку сдобных булочных изделий и мучных кондитерских изделий на 2013 г. В письме торговой сети «Магнит» предлагается в течение 20 дней с момента получения предложения разработать и представить поставщику - торговой Три дня компании «Меренга» – проект договора на поставку сдобных булочных изделий и мучных кондитерских изделий. В связи с этим генеральный директор торговой сети «Магнит» поручил в указанный срок менеджеру по закупке товаров И.Н. Сидорову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания.

	Порядок выполнения работы	
	1. Проанализировать коммерческое предложение: подробно ознакомиться с	
	условиями поставки, видами продуктов, ценами, объемом партий, графиком	
	поставок и требованиями к качеству.	
	2. Подготовить внутренний отчет: собрать информацию о потребностях компании	
	в продуктах, согласовав позиции с соответствующими отделами (закупки,	
	маркетинг, производство).	
	3. Создать проект договора: составить структурированный договор, содержащий	
	обязательные разделы (преамбула, предмет договора, права и обязанности	
	сторон, цена, расчет, форс-мажор, ответственность сторон, порядок	
	урегулирования споров).	
	4. Передать проект юристам и финансовым специалистам: провести правовую	
	экспертизу договора и оценку финансового риска.	
	5. Утвердить проект руководителем: получить согласие генерального директора	
	на заключаемый договор.	
	6. Предоставить проект поставщику: отправить разработанный проект договора	
	торговой компании «Меренга» для дальнейшего рассмотрения и согласования.	
	7. Заключить договор: после прохождения всех процедур согласования подписать	
	два экземпляра договора и сохранить один экземпляр в архиве компании.	
5	Оформить документы для отчета по практике	в процессе всей
	- 1 -1	практики
6.	Подготовить и сдать отчет по практике	последний день
	•	практики

Примерный перечень документов, прилагаемых в качестве приложения к отчету по практике

1. Унифицированная форма	договора поставки.			
Руководитель практики от МпК	И.О. Фамилия	(подпись) 	 20	Г

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 учебную практику

Ооучающегося (-щеися) гр.	(И.О. Фамилия)	
38.02.08 Торговое дело		

ПМ.02 организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)

Цели практики:

- 1. Приобретение и углубление практического опыта
- 1.1 ПК 2.3, ОК 02

Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ
ПК 2.3.1	Н 2.3.1 проведения сбора, мониторинга и	1. Исследование рынка, проведение
ПК 2.3.2	систематизации ценовых показателей товаров с	статистических исследований по ценовым
ПК 2.3.3	использованием информационных	показателям
ОК 02	интеллектуальных технологий	2. Сбор, мониторинг и систематизация
	·	ценовых показателей товаров,
		пользующихся наибольшим спросом в
		торговой организации, по данным которой
		проводится маркетинговое исследование
		3. Применение сквозных цифровых
		технологий при проведении работ по
		анализу ценовых показателей товаров
		4. Анализ ценовой политики и ценовой
		стратегии исследуемой торговой
		организации
		5. Установление ценовых конкурентных
		преимуществ товара на внутреннем и
		внешних рынках
		6. Оформление результатов анализа
		ценовой политики и ценовой стратегии
		торгового предприятия
		7. Представление презентации по итогам
		анализа ценообразования торгового
		предприятия
		8. Проверка обоснованности заявленных
		цен на товары, работы, услуги
		9. Разработка, внедрение и
		совершенствование политики
		ценообразования в организации

Задание на практику

sugumo nu npuni mij				
№ п/п	Содержание работ на практике	Примерные сроки		
		выполнения		
1.	Задание №1			
	Вы являетесь специалистом отдела маркетинга крупной сети магазинов	Шесть дней		
	бытовой техники «Техносити». Ваша задача заключается в разработке	шесть дней		
	рекомендаций по улучшению ценовой политики и стратегии компании,	ļ		

основываясь на проведенном анализе рынка и внутренней статистики продаж. Магазин предлагает широкий ассортимент товаров различных брендов и ценовых категорий. В последнее время наблюдается снижение объемов продаж отдельных товарных групп, а также уменьшение среднего чека покупателя. Необходимо провести комплексный анализ факторов влияния на динамику цен и спроса, выявить возможные проблемы и предложить меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание: Выполните следующую последовательность действий, используя знания и умения, полученные в ходе изучения курса: 1. Исследование рынка и сбор информации Проведите предварительное исследование рынка бытовой техники вашего региона. Определите ключевые сегменты потребителей, тенденции изменения спроса и предложения, средние цены на аналогичные товары конкурентов. Проверьте достоверность собранных данных путем мониторинга предложений крупных игроков отрасли. 2. Анализ внутренних данных Используя статистику вашей компании, выполните оценку динамики продаж основных товарных позиций за последний квартал. Выделите наиболее востребованные категории продукции, выявите сезонные колебания спроса. Рассчитайте показатели средней стоимости единицы товара, коэффициента эластичности спроса по цене и прибыльности каждой группы товаров. 3. Анализ ценовой политики компании Проанализируйте действующую стратегию ценообразования в магазине «Техносити». Оцените влияние скидок, акций и специальных предложений на объем продаж и среднюю стоимость покупки. Изучите политику конкурентов в области формирования конечной цены товара и сравните её с показателями вашей компании. 4. Формулировка выводов и разработка рекомендаций На основании проведенного исследования сформулируйте относительно целесообразности текущих подходов к формированию цен. Предложите конкретные рекомендации по оптимизации ценовой политики магазина: - Как повысить привлекательность ассортимента для покупателей разных социальных слоев? - Какие акции и скидки окажут наибольшее положительное воздействие на продажи? - Следует ли пересмотреть текущие ценовые границы для некоторых категорий товаров? 5. Презентация результатов Оформите презентацию итогового отчета с указанием ключевых выводов и разработанных вами мер по совершенствованию ценовой политики. Укажите используемые методы анализа и инструменты обработки данных. Продемонстрируйте визуализацию полученных результатов диаграммы). Порядок выполнения работы 1. Постановка цели и задач. 2. Определение этапов и сроков исполнения. 3. Подбор необходимых ресурсов и инструментов. 4. Выполнение запланированных действий согласно этапам. 5. Промежуточный контроль качества выполнения. 6. Завершение работы, подготовка итогового результата. 7. Передача готового результата заказчику или руководителю. 8. Получение обратной связи и внесение возможных исправлений. 9. Документальное оформление и архивирование выполненной работы. 7. в процессе всей Оформить документы для отчета по практике практики 8. последний день Подготовить и сдать отчет по практике практики

Примерный перечень документов, прилагаемых в качестве приложения к отчету по практике

1. Таблицы в Excel

Руководитель практики от МпК				
J	И.О. Фамилия	(подпись)		
		« »	20	Γ

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 учебную практику

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

38.02.08 Торговое дело

ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)

Цели практики:

- 1. Приобретение и углубление практического опыта
- 1.1 IIK 3.1, IIK 3.2, IIK 3.3, IIK 3.4, IIK 3.5, IIK 3.6, OK 01, OK 02, OK 04, OK 09

Навык	Виды работ
Н 3.1.1 проведения технического анализа аудируемого веб-сайта Н 3.1.2 проведения базового	1. Проведение технического анализа и базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.
аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб- сайта	2. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи
Н 3.2.1 анализа поисковой выдачи; Н 3.2.2 анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в	1. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационнотелекоммуникационной сети "интернет".
информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»	2. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.
Н 3.3.1 определения стратегии продвижения в социальных сетях	1. Размещение текстовых и медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационнотелекоммуникационной сети «Интернет».
Н 3.4.1 размещения рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»	1. Определение стратегии продвижения в социальных сетях
Н 3.5.1 разработки лендинга Н 3.5.2 составления технических заданий в соответствии с требованиями заказчика	1. Разработка лендинга
Н 3.6.1 анализа показателей эффективности проведения рекламной кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сегментов	1. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. 2. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем
	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; Н 3.2.2 анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационнотелекоммуникационной 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 Н 3.5.2 составления технических заданий в соответствии с требованиями заказчика Н 3.6.1 анализа показателей эффективности проведения рекламной кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по

Задание на практику

	Задание №1. Контент-анализ аккаунта в социальной сети	
	Выполните анализ вакаупна в содмальной сети по направлению (на выбор): личный блог, быюти-блок, профессиональное сообщество, спортивный блог, маркетинг и продажи, развлекательное сообщество. Норядок выполнения работы 1. Определите целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам. 2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе. 3. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков. 4. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками – обратная связь, интерактивы, обновления и т.п. 5. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие сообтвенных идей контента. 6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории. Задание выполняется в формате doc. Задание №2. Проанализируйте информацию, размещенную в социальной сети Вконтакте: https://vk.com/feed (Одноклассники: https://ok.ru/). По какому принципу формируются группы в сети? Какие задачи перед собой ставят их организаторы? Вопросы: 1. Каков характер этой информации, какие цели она преследует? 2. Какие дополнительные возможности предлагает сервис своим участникам? 3. Каковы возможности индивидуального участника сети воздействовать на «умы и серяца» других участников? Задание №3. «Интернет-блог любителей космоса» Интернет-блог любителей космоса» Интернет-блог любителей космоса создан в 2017 году на базе социальной сети «Вконтакте» в качестве сообщества на базе WIX.com: https://ilya1997.wixsite.com/spase в качестве сайта. Основной целью создания интернет-блога являлось формирование новых знаний о космосе и связанных с ним явлений. Задачи создания блога включают: просвещение пользователей, ознакомление с космическими объектами и явлениями, публикация новостей о космосе, популяризация фильмов и видеоматериалов, связанных с космосом, а так же создание позитивной атмосферы блога за	Шесть дней
2.	счёт музыкальных материалов Оформить документы для отчета по практике	в процессе всей
3.	Подготовить и сдать отчет по практике	практики последний день практики

Примерный перечень документов, пр 1. Таблицы в Excel	илагаемых в качести	ве приложения к отчет	гу по практике
Руководитель практики от МпК	И.О. Фамилия	(подпись)	_
		« <u> </u>	20г.

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 учебную практику

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

38.02.08 Торговое дело

ПМ. 04 Освоение профессий рабочих, должностей служащих (20032 Агент рекламный)

Цели практики:

- 1. Приобретение и углубление практического опыта
- 1.1 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3 ОК 01, ОК 02, ОК 03

Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ
ПК 4.1.1	Н.4.1.1Креативного мышления,	1. Контакты с производителями
ПК 4.1.2	аналитическими навыками	рекламы по вопросам производства
ПК 4.1.3		рекламного продукта.
OK 01, OK 02,		2. Составление и оформление текстов
OK 03		рекламных объявлений.
ПК 4.2.1	Н4.2.1 Медиапланирования, пользования	1. Работа в рекламных акциях в
ПК 4.2.2	инструментами и программами для	качестве исполнителя
ПК 4.2.3	создания рекламных кампаний	2. Использование современных
OK 01, OK 02,		информационных и коммуникационных
OK 03		средств продвижения рекламы.
		Использование компьютерных
		технологий для обработки текстовой
		информации.
ПК 4.3.1	Н4.3.1 Креативного мышления,	1. Контакты со средствами массовой
ПК 4.3.2	аналитическими навыками оформления и	информации по вопросам размещения
ПК 4.3.3	создания текстов	рекламы.
OK 01, OK 02,		
OK 03		

Задание на практику

№ п/п	Содержание работ на практике	Примерные сроки
		выполнения
1	Задание Компания «Комфортный дом», занимающаяся продажей мебели, планирует запустить новую рекламную кампанию для продвижения своей продукции среди целевой аудитории молодых семей. Ваш отдел маркетинга получил задание разработать концепцию рекламной кампании и подготовить тексты рекламных объявлений. Задача: Разработать сценарий взаимодействия с производителем рекламы и создать рекламные объявления для нескольких каналов коммуникации. Этапы решения задачи: 1. Исследование рынка и аудитории: Проанализируйте рынок мебельной продукции в вашем регионе. Определите предпочтения молодой семьи в выборе мебели, средний	Шесть дней

	уровень доходов, основные каналы потребления информации и мотивации	
	к покупке. Используйте любые доступные вам ресурсы (интернет, опросы,	
	фокус-группы). Подготовьте краткий отчёт с выводами.	
	2. Контакт с производителем рекламы:	
	Свяжитесь с несколькими компаниями-производителями рекламы	
	(предоставлены контакты трёх компаний), обсудите с ними ваши	
	требования и возможности реализации проекта. Запросите коммерческие	
	предложения с подробным описанием услуг и ценами. Выберите	
	оптимальную компанию для сотрудничества.	
	3. Подготовка текста рекламного объявления:	
	Создайте три варианта текста рекламного объявления для размещения на	
	следующих каналах:	
	- Интернет-сайт компании («Комфортный дом»)	
	- Социальные сети (Instagram, VKontakte)	
	- Наружная реклама (баннеры)	
	Каждый вариант должен соответствовать стилю канала и привлекать	
	внимание потенциального клиента. Обратите особое внимание на	
	лаконичность и ясность изложения информации.	
	4. Анализ и утверждение материалов:	
	Обсудите подготовленные материалы с руководителем отдела маркетинга	
	и внесите необходимые правки. Согласуйте выбранный макет с	
	дизайнерским отделом производителя рекламы.	
	5. Запуск и оценка эффективности:	
	После запуска рекламной кампании оцените её эффективность путём	
	сбора обратной связи от клиентов и сотрудников. Сделайте вывод о	
	качестве выполненных работ и возможной коррекции стратегии	
2.	Оформить документы для отчета по практике	в процессе всей практики
3.	Подготовить и сдать отчет по практике	последний день практики

Примерный перечень документов, п	рилагаемых в качестн	ве приложения к отче	гу по практике
1. Шаблон презентации Powerl	Point		
Руководитель практики от МпК			_
	И.О. Фамилия	(подпись)	_
			20 г

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 учебную практику

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

38.02.08 Торговое дело

ПМ. 04 Освоение профессий рабочих, должностей служащих (23369 Кассир)

Цели практики:

- 1. Приобретение и углубление практического опыта
- 1.1 TIK 4.4, TIK 4.5, TIK 4.6, TIK 4.7, TIK 4.8, OK 01, OK 02, OK 03

Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ
ПК 4.4.1	Н.4.4.1 Выполнения рабочие операции с	3. Осуществление рабочих операций по
ПК 4.4.2	денежными средствами и ценными	приёму, учёту, хранению и выдаче
ПК 4.4.3	бумагами	денежных средств и ценных бумаг
OK 01, OK 02,		
OK 03		
ПК 4.5.1	Н.4.5.1 Ведения кассовую книгу с	1. Оформление первичной кассовой
ПК 4.5.2	собственной кассовой отчетностью	отчётности
ПК 4.5.3		2. Анализ организации ведения и
OK 01, OK 02,		хранения кассовых документов
OK 03, OK 04, OK 09		
ПК 4.6.1	Н.4.6.1 Определения платежности	1. Определение платежности денежных
ПК 4.6.2	денежных средств	средств
ПК 4.6.3		
OK 01, OK 02,		
OK 03		
ПК 4.7.1	Н.4.7.1 Подготовки денежные средства и	1. Подготовка денежных средств для
ПК 4.7.2	ценные бумаги для инкассации	инкассации
ПК 4.7.3		
OK 01, OK 02,		
OK 03		
ПК 4.8.1	Н.4.8.1 Осуществления полного цикла	1. Знакомство с отраслевыми
ПК 4.8.2	рабочих операций на основных видах	нормативами рабочих операций на
ПК 4.8.3	контрольно-кассовой техники	KKM.
OK 01, OK 02,		2. Отработка режима «Начало смены» и
OK 03		«Окончание смены» на ККМ.
		Отработка операции по получению
		кассового чека в режиме «Регистрация
		покупок».
		3. Отработка операций по
		межремонтному техническому
		обслуживанию ККМ. Организация и
		документирование эксплуатации и
		техобслуживания ККМ.

Задание на практику

№ п/п	Содержание работ на практике	Примерные сроки выполнения
№ п/п 1.	Задание №1. Вы работаете кассиром в ООО «Сияние» (исходные данные представлены в методических указаниях по учебной практики). Задание: 1. Составить корреспонденцию счетов по хозяйственным операциям за июнь 20_ г. и запишите в журнал регистрации хозяйственных операций. 2. Используя сведения об организации, заполнить первичные учетные документы: 2.1. Приходный кассовый ордер (ф. № КО – 1); 2.2. Расходный кассовый ордер (ф. № КО – 2). ст кассовой книги по операциям за день (ф. № КО – 4). 3. Сформировать регистры бухгалтерского учета по учету денежных средств: 3.1. Журнал-ордер №1 и ведомость №1 за июнь 20_ (остаток по счету 50 на 01.06.20_ г. – 1 500). Подсчитать остаток денежных средств на конец месяца; 3.2. Журнал-ордер №2 и ведомость №2 за июнь 20_ (остаток по счету 51 на 01.06.20_ г. – 540 500). Подсчитать остаток денежных средств на конец месяца 3.3. Лист кассовой книги по операциям за день (ф. № КО – 4). Задание №2. Вы работаете кассиром в ООО «Сияние», Вам необходимо: 1. Оформить начало рабочей смены кассира. 2. Получить чек со сдачей на покупку на контрольно-кассовой технике согласно карточке заданий. 3. Оформить окончание рабочей смены на контрольно-кассовой технике. 4. Оформить пакет документов кассира-операциониста: 4.1. Справка-отчет кассира-операциониста (ф. № КМ – 6); 4.2. Акт о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовый чекам (ф. № КМ – 3). 4.3. Журнал кассира-операциониста (ф. № КМ – 4); 4.4. Приходный кассовый ордер на отражении торговой выручки за день в кассе организации (ф. № КО – 1) 4.5. Заполнить лист кассовой книги по операциям за день (ф. № КО – 4). КАРТОЧКА-ЗАДАНИЕ № 1	
	1. Оформить покупку на ККМ «ЭКР-2102 К» с оплатой купюрой номиналом 500 рублей: □ Конфеты «Двойная радость» - 128р.00коп. □ Печенье «К кофе» - 64р.00коп.	
2.	□ Конфеты «Сливочные» - 72р.00коп. □ Вафли - 18р.00коп.	в процессе всей
3.	Оформить документы для отчета по практике Подготовить и сдать отчет по практике	практики последний день
	110,4 010 bill bil off for no npakrinko	практики

Примерный перечень документов, прилагаемых в качестве приложения к отчету по практике

- 1. Унифицированные формы:
- Журнал-ордер №1 и ведомость №1 (счет 50), подсчитав остаток на конец июня,
- Журнал-ордер №2 и ведомость №2 (счет 51), подсчитав остаток на конец июня,
- Лист кассовой книги (форма №КО-4).
- Справка-отчёт кассира-операциониста (форма №КМ-6),
- Акт о возврате денежных сумм покупателям (форма №КМ-3),
- Журнал кассира-операциониста (форма №КМ-4),
- Приходный кассовый ордер на отражение торговой выручки за день (форма №КО-1),

- Лист кассовой книги по операциям за день (форма №КО-4).				
Руководитель практики от МпК			_	
<u> </u>	И.О. Фамилия	(подпись)	_	
		« »	20 г	

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 ПРАКТИКЕ

		(И.О. Ф	амилия)			_
обучающийся (-щаяся) на	курс	е специа	льности 38.02.	08 To	орговое дело	
успешно прошел(ла)	учебную		практику			
по профессиональному деятельности	модулю:	ПМ.01	Организация	И	осуществление	торговой
в объеме часов с «	»20_	_ г. по «	×	20	Γ.	
в организации						
	(наименовані	и <mark>е</mark> организа	ции, юридический ад	pec)		

Профессиональные и общие компетенции

1.1 ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 09 1.2

Виды и качество выполнения работ

Код ИДК	Навык	Виды работ	Зачтено/
ПК/ОК		-	не зачтено
ПК 1.1.1	Н1.1.1 поиска и систематизации	1. Составление перечня	
ПК 1.1.2	открытых источников информации о	требований внешних рынков к	
ПК 1.1.3	внутренних и внешних рынках для сбыта	товарной продукции	
ОК 01,	товарной продукции;	организации	
OK 02,	Н1.1.2 проведение анализа и оценки	2. Подготовка рекомендаций по	
OK 03,	объема спроса на товарную продукцию	омологации товарной	
OK 09	организации на внутренних и внешних	продукции по итогам анализа	
	рынках;	требований определенного	
	Н1.1.3 обработки, формирования и	внешнего рынка	
	хранения данных, информации,		
	документов, в том числе полученных от		
	поставщиков (подрядчиков,		
	исполнителей);		
	Н1.1.4 составления перечня требований		
	внешних рынков к товарной продукции		
	организации;		
	Н1.1.5 подготовки рекомендаций по		
	омологации товарной продукции по		
	итогам анализа требований		
	определенного внешнего рынка;		
	Н1.1.6 проведения анализа конъюнктуры		
	и емкости товарных рынков, мониторинга		
	внутренних и внешних рынков;		
	подготовки аналитических документов по		
	конкурентным преимуществам		
	продукции организации на внешних		

	nuluvay		
	рынках		
ПК 1.2.1	Н1.2.1 оформления договоров с	1. Составление коммерческого	
ПК 1.2.2	поставщиками и потребителями товаров	предложения, запроса, оферты,	
ПК 1.2.3,	и услуг;	сопроводительного письма.	
OK 01,	Н1.2.2 мониторинга поставщиков	2. Подготовка сводных отчетов	
OK 02,	(подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;	и предложений о	
OK 03, OK 09	771.00	потенциальных партнерах на	
OK 09	Н1.2.3 установления контактов с деловыми партнерами, заключения	внутреннем и внешнем рынках.	
	договоров, предъявления претензий;		
	Н1.2.4 составления деловых писем,		
	предложений, заказов на поставку		
	товаров, проведения безналичных		
	расчетов		
ПК 1.3.1	Н1.3.1 формирования начальной	1. Формирование начальной	
ПК 1.3.2	(максимальной) цены закупки, описания	(максимальной) цены закупки,	
ПК 1.3.3,	объекта закупки, требований к участнику	описания объекта закупки,	
ОК 01,	закупки, порядка оценки участников,	требований к участнику	
OK 02,	проекта контракта;	закупки, порядка оценки	
OK 03,	Н1.3.2 составления и оформления	участников, проекта контракта	
OK 09	закупочной документации,	2. Формирование списка	
	осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры,	потенциальных партнеров для заключения договоров на	
	организационно-технического	заключения договоров на поставку и/или заключения	
	обеспечения деятельности закупочных	внешнеторгового контракта	
	комиссий, оценки результатов и	Bitelinie ropi oboro konrpakta	
	подведение итогов закупочной		
	процедуры;		
	Н1.3.3 осуществления подготовки		
	протоколов заседаний закупочных		
	комиссий на основании решений,		
	принятых членами комиссии по		
	осуществлению закупок;		
	Н1.3.4 публичного размещения		
	полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для		
	заключения контрактов и процедуры		
	подписания контрактов и процедуры		
	(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		
	возврата денежных средств, внесенных в		

	качестве обеспечения исполнения заявок		
	или обеспечения исполнения контрактов.		
ПК 1.4.1	Н1.4.1 направления запросов,	1. Формирование проекта	
ПК 1.4.2	приглашений и информации	договора поставки и/или	
ПК 1.4.3,	потенциальным участникам	внешнеторгового контракта.	
ОК 01,	внешнеторгового контракта;	2. Документальное оформление	
OK 02,	Н1.4.2 проведения предварительного	отклонений от выполнения	
OK 03,	анализа поступающих коммерческих	обязательств по	
OK 09	предложений, запросов от	внешнеторговому контракту;	
	потенциальных партнеров на внешних	1 3 1 37	
	рынках;		
	Н1.4.3 составления списка отклонений от		
	приемлемых условий внешнеторгового		
	контракта (перечень разногласий);		
	Н1.4.4 документального оформления		
	результатов переговоров по условиям		
	внешнеторгового контракта;		
	Н1.4.5 подготовки сводных отчетов и		
	предложений о потенциальных партнерах		
	на внешних рынках;		
	Н1.4.6 формирования списка		
	потенциальных партнеров для		
	заключения внешнеторгового контракта;		
	Н1.4.7 обработки, формирования,		
	хранения информации и данных об		
	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		
ПК 1.5.1	Н1.5.1 подготовки документа о приемке	1. Подготовка алгоритма по	
ПК 1.5.2	результатов отдельного этапа исполнения	организации претензионной	
ПК 1.5.3,	контракта;	работы.	
ОК 01,	Н1.5.2 сбора информации, документов по		
ОК 02,	вопросам исполнения обязательств по	2. Оформление претензий при	
ОК 03,	внешнеторговому контракту;	нарушении договорных	
ОК 09	Н1.5.3 разработки плана-графика	обязательств;	
	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.		
ПК 1.6.1	Н1.6.1 выполнения торгово-	1. Оформление продажи	
ПК 1.6.2	технологических операций, в том числе с	товаров с применением	
ПК 1.6.3,	использованием искусственного	цифровых инструментов:	
OK 01,	•	.	
L OI/ 02	интеллекта, голосовых помощников, чат-	онлайн-касс, электронных	
OK 02,	ботов для обработки запросов	платформ, ресурсов интернет,	
OK 02, OK 03, OK 09			

	с использованием камер и алгоритмов		
	распознавания лиц для осуществления		
	расчетов с покупателями без применения		
	контрольно-кассовой техники;		
	Н1.6.3 приемки товаров по количеству и		
	качеству; соблюдения правил охраны		
	труда.		
Руковолител	ь практики от МпК		
J 1	-	амилия)	
	,	« »	20 г.
Руководител	ь практики от организации	` <u></u>	
J 1		0. Фамилия, должность)	
		« »	20 г.
			14111

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 ПРАКТИКЕ

(И.О.Фамилия)
обучающийся (-щаяся) на курсе специальности 38.02.08 Торговое дело
успешно прошел(ла) учебную практику
по профессиональному модулю: ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательско
деятельности в сфере торговли (по выбору)
1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
в объеме часов с «»20 г. по «»20 г.
в организации
(наименование организации, юридический адрес)
Профессиональные и общие компетенции
1.1 ПК 2.3, ОК 02
1.2

Виды и качество выполнения работ

Код ИДК	Навык	Виды работ	Зачтено/
ПК/ОК		Биды расот	не зачтено
ПК 2.3.1	Н 2.3.1 проведения сбора,	1. Исследование рынка, проведение	
ПК 2.3.2	мониторинга и систематизации	статистических исследований по ценовым	
ПК 2.3.3	ценовых показателей товаров с	показателям	
OK 02	использованием	2. Сбор, мониторинг и систематизация	
	информационных	ценовых показателей товаров,	
	интеллектуальных технологий	пользующихся наибольшим спросом в	
		торговой организации, по данным которой	
		проводится маркетинговое исследование	
		3. Применение сквозных цифровых	
		технологий при проведении работ по	
		анализу ценовых показателей товаров	
		4. Анализ ценовой политики и ценовой	
		стратегии исследуемой торговой	
		организации	
		5. Установление ценовых конкурентных	
		преимуществ товара на внутреннем и	
		внешних рынках	
		6. Оформление результатов анализа ценовой	
		политики и ценовой стратегии торгового	
		предприятия	
		7. Представление презентации по итогам	
		анализа ценообразования торгового	
		предприятия	
		8. Проверка обоснованности заявленных цен	
		на товары, работы, услуги	
		9. Разработка, внедрение и	
		совершенствование политики	
		ценообразования в организации	
D) / TC		

	« <u></u> »	г
Руководитель практики от организации		
	(И.О. Фамилия, должность)	
	« »	20 г
		

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 ПРАКТИКЕ

	(И.О.Фал	иилия)	
обучающийся (-щаяся) на учет (по отраслям)	курсе специал	вьности 38.02.01 Эк	ономика и бухгалтерский
успешно прошел(ла)у	чебную г	практику	
по профессиональному модулі	о: ПМ.03 Органи	зация и осуществле	ние интернет-маркетинга
(по выбору)в объеме часо	-	•	<u> </u>
в организации			
(на	именование организаці	и, юридический адрес)	

Профессиональные и общие компетенции

1.1 IIK 3.1, IIK 3.2, IIK 3.3, IIK 3.4, IIK 3.5, IIK 3.6, OK 01, OK 02, OK 04, OK 09 1.2

Виды и качество выполнения работ

Код ИДК	Навык	Виды работ	Зачтено/
ПК/ОК	HABBIK	виды расот	не зачтено
ПК 3.1.1	Н 3.1.1 проведения технического	1. Проведение технического анализа и	
ПК 3.1.2	анализа аудируемого веб-сайта	базового аудита эргономичности	
ПК 3.1.3	Н 3.1.2 проведения базового аудита	(юзабилити) аудируемого веб-сайта.	
OK 01,	эргономичности (юзабилити)	2. Анализ веб-сайтов конкурентов из	
OK 02,	аудируемого веб-сайта	поисковой выдачи	
OK 04,			
OK 09			
ПК 3.2.1	Н 3.2.1 анализа поисковой выдачи;	1. Анализ поведения пользователей при	
ПК 3.2.2	Н 3.2.2 анализа поведения	поиске необходимой информации в	
ПК 3.2.3	пользователей при поиске	информационно-	
OK 01,	необходимой информации в	телекоммуникационной сети	
OK 02,	информационно-	"интернет".	
OK 04,	телекоммуникационной сети	2. Проверка и корректировка списка	
OK 09	«Интернет»	ключевых слов и словосочетаний,	
		используемых при поисковом	
		продвижении.	
ПК 3.3.1	Н 3.3.1 определения стратегии	1. Размещение текстовых и медийных	
ПК 3.3.2	продвижения в социальных сетях	рекламных объявлений в социальных	
ПК 3.3.3		медиа информационно-	
OK 01,		телекоммуникационной сети	
OK 02,		«Интернет».	
OK 04,			
OK 09	11 2 4 1		
ПК 3.4.1	Н 3.4.1 размещения рекламных		
ПК 3.4.2	объявлений в социальных медиа	1. Определение стратегии продвижения	
ПК 3.4.3	информационно-	в социальных сетях	
OK 01,	телекоммуникационной сети		
OK 02,	«интернет»		
OK 04,			
ОК 09			

ПК 3.5.1	Н 3.5.1 разработки лендинга	1. Разработка лендинга	
ПК 3.5.2	Н 3.5.2 составления технических		
ПК 3.5.3	заданий в соответствии с		
ОК 01,	требованиями заказчика		
ОК 02,			
ОК 04,			
OK 09			
ПК 3.6.1	Н 3.6.1 анализа показателей	1. Анализ показателей эффективности	
ПК 3.6.2	эффективности проведения	проведения контекстно-медийной	
ПК 3.6.3	рекламной кампании;	рекламной кампании.	
ОК 01,	Н 3.6.2 составления отчетов по	2. Составление аналитической справки,	
ОК 02,	результатам выделения сегментов	в которой будет проведен анализ	
ОК 04,	целевой аудитории.	присутствия заказчика в	
ОК 09		информационном пространстве на	
		основе данных из поисковых систем	

Руководитель практики от МпК				
	(И.О. Фамилия)			
	«	>>	20	Γ.
Руководитель практики от организации				
	(И.О. Фамилия, должн	юсть)		
	«	>>	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 ПРАКТИКЕ

		І.О.Фамилия)	
обучающийся	(-щаяся) на курсе спо	ециальности 38.02.08 Торговое дело	
успешно прош	ел(ла) <u>учебную</u>	практику	
по профессион (20032 Агент р	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	своение профессий рабочих, должност	гей служащих
в объеме	часов с «»20 г.	по «»20 г.	
в организации			
	(наименование орг	анизации, юридический адрес)	
	иональные и общие компе , ПК 4.2, ПК 4.3 ОК 01, ОК 0 Виды и качест		
Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ	Зачтено/ не зачтено
ПК 4.1.1 ПК 4.1.2 ПК 4.1.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03 ПК 4.2.1 ПК 4.2.2 ПК 4.2.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.1.1 Креативного мышления, аналитическими навыками Н4.2.1 Медиапланирования, пользования инструментами и программами для создания рекламных кампаний	1. Контакты с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта. 2. Составление и оформление текстов рекламных объявлений. Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя 2. Использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы. Использование компьютерных технологий для обработки текстовой	
ПК 4.3.1 ПК 4.3.2 ПК 4.3.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н4.3.1 Креативного мышления, аналитическими навыками оформления и создания текстов	информации. 1. Контакты со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы. 2. Применение приемов создания и обработки изображений.	
	практики от МпК	1	
·	практики от организации	(И.О. Фамилия) «»	20г.
(И.О. Фамилия, должность)			
		« <u></u> »_	20г.
			<u> </u>

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 ПРАКТИКЕ

(И.О.Фамилия) обучающийся (-щаяся) на курсе специальности 38.02.08 Торговое дело
успешно прошел(ла) <u>учебную</u> практику
по профессиональному модулю: ПМ.04 Освоение профессий рабочих, должностей служащи (20032 Агент рекламный)
в объеме часов с «»20 г. по «»20 г.
в организации (наименование организации, юридический адрес)

Профессиональные и общие компетенции

1.1 ПК 4.4, ПК 4.5, ПК 4.6, ПК 4.7, ПК 4.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03 1.2

Виды и качество выполнения работ

Код ИДК ПК/ОК	Навык	Виды работ	Зачтено/ не зачтено	
ПК 4.4.1	Н.4.4.1 Выполнения рабочие	1. Осуществление рабочих операций по		
ПК 4.4.2	операции с денежными	приёму, учёту, хранению и выдаче		
ПК 4.4.3	средствами и ценными	денежных средств и ценных бумаг.		
OK 01, OK 02,	бумагами			
OK 03	T1451 B			
ПК 4.5.1	Н.4.5.1 Ведения кассовую	1. Оформление первичной кассовой		
ПК 4.5.2	книгу с собственной кассовой	отчётности		
ПК 4.5.3	отчетностью	2. Анализ организации ведения и		
OK 01, OK 02,		хранения кассовых документов		
OK 03,	11461	1.0		
ПК 4.6.1	Н.4.6.1 Определения	1. Определение платежности денежных		
ПК 4.6.2	платежности денежных	средств		
ПК 4.6.3	средств			
OK 01, OK 02, OK 03				
ПК 4.7.1	Н.4.7.1 Подготовки денежные	1. Подготовка денежных средств для		
ПК 4.7.1	средства и ценные бумаги для	1. Подготовка денежных средств для инкассации		
ПК 4.7.2	инкассации	инкассации		
OK 01, OK 02,	инкассации			
OK 01, OK 02,				
ПК 4.8.1	Н.4.8.1 Осуществления	1. Знакомство с отраслевыми		
ПК 4.8.2	полного цикла рабочих	нормативами рабочих операций на ККМ.		
ПК 4.8.3	операций на основных видах	2. Отработка режима «Начало смены» и		
ОК 01, ОК 02,	контрольно-кассовой техники	«Окончание смены» на ККМ. Отработка		
OK 03	_	операции по получению кассового чека в		
	режиме «Регистрация покупок».			
		3. Отработка операций по		

	межремонтному обслуживанию		техническ Организаци:	-		
	документирован техобслуживани		ксплуатации	И		
Руководитель практики от МпК						
	(И.О. Фамилия)					
		~	>>		20	Γ.
Руководитель практики от организации						
	(И.О. Фамилия	і, должно	сть)			
	•	«			20_	Γ.
		·				МΠ

КВАЛИФИКАЦИОННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

должности служащего 20032 Агент рекламный

Должностные обязанности. Осуществляет в качестве посредника работу по представлению и продвижению товаров, услуг, коммерческих идей, выполнению комплекса мер, направленных на содействие их реализации или достижение других маркетинговых задач, соблюдая действующие этические нормы рекламирования товаров, услуг. Заключает договоры или соглашения между доверителем и посредником, определяющие характер и объем работ, которые необходимо выполнить за счет и от имени доверителя, а также их оплату по действующим тарифам или условиям договора (соглашения). Информирует потенциальных покупателей и потребителей о новых товарах, услугах, идеях, раскрывая (не присущие другим) их специфические особенности, о практическом использовании объекта рекламы, убеждая их, что именно этот товар (услуга, идея) ему нужны. При проведении рекламной работы ссылается на мнения престижного покупателя или потребителя, учитывает платежеспособность различных групп населения. Составляет и представляет в установленные сроки отчетность. Стимулирует потребителя повторно делать покупки товара и обращаться за услугами. Выделяет объект рекламы из массы сообщений, циркулирующих в средствах массовой информации, характеризует его дополнительно отличительными потребительскими качествами, преимуществами на рынке товаров и услуг, создавая спрос и побуждая покупателей и потребителей к заключению сделки. Принимает меры по обеспечению участия потенциальных покупателей и потребителей в презентациях товаров и также проводимых ярмарках, выставках, экскурсиях на предприятия, услуг, изготавливающие рекламируемую продукцию. Осуществляет работу по популяризации предприятия-изготовителя, его коммерческих связей, принципов, положенных в основу его деятельности, направленную на формирование благожелательного отношения покупателей и потребителей и обеспечению престижа рекламодателя. Проводит разъяснительную работу среди покупателей и потребителей товаров о гарантиях, правах и способах защиты их интересов. Принимает участие в реализации перспективных планов подготовки и размещения рекламы с учетом характера спроса (равномерного или сезонного) на товары (услуги), совершенствовании методов ее проведения, а также в работе по повышению эффективности и снижению затрат, связанных с рекламой. Устанавливает связь со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы. Изучает передовой отечественный и зарубежный опыт организации рекламной работы, освоения новых видов рекламы, обеспечивающих выделение и продвижение рекламируемого объекта на внутреннем и внешнем рынке товаров и услуг. Осуществляет взаимодействие с другими агентами по рекламе.

Должен знать: нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы, касающиеся торговой деятельности; законодательство о рекламе; виды рекламы и основы организации рекламной деятельности; перспективы развития отрасли, предприятия, учреждения, организации, производящих рекламируемую продукцию и оказывающих услуги; номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции и выполняемых услуг, основные их характеристики; требования потенциальных покупателей (заказчиков) производимой продукции к оказываемым услугам; действующие ценники и

прейскуранты; основы организации связи со средствами массовой информации, приемы и методы делового общения и ведения переговоров; основы психологии; правила внутреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.

КВАЛИФИКАЦИОННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

23369 Кассир

Должностные обязанности. Осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств и ценных бумаг с обязательным соблюдением правил, обеспечивающих их сохранность. Получает по оформленным в соответствии с установленным порядком документам денежные средства и ценные бумаги в учреждениях выплаты рабочим и служащим заработной платы, премий, командировочных и других расходов. Ведет на основе приходных и расходных документов кассовую книгу, сверяет фактическое наличие денежных сумм и ценных бумаг с книжным остатком. Составляет описи ветхих купюр, а также соответствующие документы для их передачи в учреждения банка с целью замены на новые. Передает в соответствии с установленным порядком денежные средства инкассаторам. Составляет отчетность.

Должен знать: нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и документы по ведению кассовых операций; формы кассовых и банковских документов; правила приема, выдачи, учета и хранения денежных средств и ценных бумаг; порядок оформления приходных и расходных документов; лимиты остатков кассовой наличности, установленной для предприятия, правила обеспечения их сохранности; порядок ведения кассовой книги, составления кассовой отчетности; основы организации труда; правила эксплуатации вычислительной техники; основы законодательства о труде; правила внугреннего трудового распорядка; правила и нормы охраны труда.